الإذاعة التربويــــــــة

الدكتور / رفعت عارف الضبع

المؤسس العالمي لعلوم الإعلام التربوي
مؤســــس الإذاعـــــة التربويـــــة
رئيس قسم الإعلام التربوي بجامعة طنطا
خبيـر الأتيكيـت والبروتوكـول الـدولي

بسم الله الرحمن الرحيم

قَالُوا سُبْحَانَكَ لا عِلْمَ لَنَا إلاَّ مَا عَلَّمْتَنَا إنَّكَ أَنتَ العَلِيمُ الحَكِيمُ

صدق الله العظيم
(سورة البقرة آية : ٣٢)

إهـــداء

إلى روح أمي الحبيبة رحمها الله والمسلمين
إلى أبي بارك الله في عمره والمسلمين
إلى نجلي "محمد" وآل الضبع بجمهورية مصر العربية
وآل جهينة والشهداء الكرام
إلى كل من علمني أو تعلم أو سيتعلم مني
إلى كل إعلامي تربوي وباحث ومتخصص وكاتب وصحفي وناشر ومؤلف
إلى كل مؤثر في حاضرنا ومستقبلنا
إلى أمتنا الإسلامية والعربية العزيزة

أهدى هذا الكتاب عسى أن يجعل الله تعالى منه نبراساً يضئ لنا الطريق نحو مستقبل أفضل إن شاء الله في ميزان حسناتنا .

المؤلف

الشكر

لا يشكر الله من لا يشكر الناس (حديث شريف)

يتشرف المؤلف أن يسجد لله حمداً وشكراً على إتمام هذا المؤلف وصلى الله على سيدنا محمد وعلى جميع الأنبياء والرسل أجمعين عليهم أزكي الصلاة وأتم السلام.

كما يتقدم بخالص الشكر والتقدير والعرفان إلى والديه وأهله وأساتذته وعلماء الدين وقادة العالم الإسلامي والعربي وأصحاب الفكر المستنير ومعهد العلوم الإستراتيجية وقيادات ورجال الإعلام وأساتذة الجامعات والباحثين والمتخصصين والخبراء في الصحافة ودور النشر والنقاد والكتاب والصحفيين وكل من ساهم في إعداد هذا المؤلف، داعياً الله تعالى أن يكون هذا المؤلف في ميزان حسنات الجميع وأن يحقق الله تعالى لنا الأمن والمحبة والسلام وأن يعم الرخاء والسعادة مصرنا العزيزة الغالية والأمة العربية والإسلامية.

والله تعالى من وراء القصد

المؤلف

الفهرس

مقدمة

الحمد لله الذي وفقني في إعداد هذا المؤلف الذي يعد الأول من نوعه لتأصيل علم جديد يسمى (الإذاعة التربوية) وهذا العلم ينطلق من القرآن الكريم والأديان السماوية والسنة النبوية الشريفة، ويعد أحد فروع علم الإعلام التربوي، والذي هداني الله تعالى إلى تأسيسه عام ١٩٨٩م، وتأصيله مع فروعه الأخرى من خلال المؤلفات العلمية المنشورة على مستوى العالم وهي (الإذاعة التربوية والتليفزيون التربوي والسينما التربوية والمسرح التربوي والصحافة التربوية والأتيكيت والعلاقات العامة التربوية والسيناريو التربوي) تباعاً حتى عام ٢٠٠٨م وذلك بعد أن شاركت بجهود كبيرة في تأسيس تسع كليات للتربية النوعية تضم شعب وأقسام علمية للصحافة والإذاعة والتليفزيون والمسرح كعلوم جديدة لأول مرة على مستوى

العالم وبالجهود الذاتية في مصر. بالإضافة إلى المشاركة في تأسيس بعض المعاهد والأكاديميات والجامعة الخاصة والصحف والمجلات والدوريات والاستضافة بالبرامج التليفزيونية والإذاعية ومشاركين في تدريب القيادات الإعلامية وفي مجال الأتيكيت والبروتكول وتحكيم المهرجانات الدولية وفي العمل الاجتماعي.

وأحسست أنه من الضروري أن أتوصل إلى تلك العلوم الجديدة بصفة عامة، وعلم الإذاعة التربوية بصفة خاصة، بعد أن اجتاحت العالم بعض الإذاعات الهابطة والتي انفلتت بعدم الالتزام بالتعاليم السماوية وبمواثيق الشرف الإعلامية والقوانين الدولية بعد أن أخذت بنشر الأكاذيب وإطلاق الشائعات المغرضة والنيل من دعاة وقادة ورؤساء الدول العربية والإسلامية وأحدث الفتن بين الناس وابتزاز بعض رجال الأعمال والمشاهير وإحداث غزواً ثقافياً مدمراً للمجته أ لمية والعربية والدينية المعتدلة وعملت على قلب المفاهيم تحت دعاوى مرعومة بالتشدق بالمفهوم الخاطئ لمعنى الحرية وإن كانت حرية الرأى والتعبير برئ من هذا الأداء الكاذب وكنتيجة لذلك قامت الحروب المدمرة بين الدول والأفراد واجتياح المجتمعات بعض المشكلات الاجتماعية ونذكر منها الأمية والإدمان والتطرف والتلوث والغش والتصدع الأسرى والطلاق والبطالة والإرهاب والكذب والسرقة والعنوسة والتجسس وعدم الانتماء والولاء وأصبحت بعض المجتمعات تئن من صعوبة الحياة بالإضافة إلى أن النظريات العلمية لعلم الإذاعة لم تتمكن من تحقيق فروضها بعد المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي طرأت على العالم، كما أن التقدم والتطور في وسائل الاتصالات التي قاربت بين أطراف العالم الجغرافية، حتى أصبح العالم كله بمثابة قرية إلكترونية

صغيرة تتقارب أطرافها بفعـــل ســـرعة الاتـــصالات الفـــضائية وتعـــددت وتخصصت وتنوعت الإذاعات، كما ازداد عدد المستعمين للإذاعات المختلفة وقويت فاعلية الإذاعة وتأثيرها على الرأي العام، وأصبح للإذاعـــة نفـــوذاً يمكنها من صناعة النجوم والأبطال ويمكنها أيضاً إخفاق حكـــام وأحـــزاب ومؤسسات.

ومن كل ما سبق كان من واجبي أن أشارك في التصدى لمـــشكلات المجتمع الدولي ككل والغيرة على مهنة الإذاعة التي أتشرف بالعمـــل بهـــا أحياناً، فاجتهدت للتوصل إلى علم الإذاعة التربوية لتقديم إذاعة جديدة صادقة وهادفة لتشارك في علاج مشكلات المجتمع وتنهض به وتتصدى للفلـــسفات المدمرة وتهدف إلى تحصين القراء وتنقية الرسالة الإذاعية مـــن الـــشوائب وترسيخ الرسالات السماوية ومحاربة الرذيلة والدعوة إلى الفضيلة وإعـــداد خريجين في تخصصات بينية جد ب بحاجـــة المجتمعـــات العربيـــة والإسلامية من تلك التخصصات جتمع نموذجاً للإذاعة الخالية من الشوائب والتي تعمل على اكتشاف المواهب والمهارات وتنميتهـــا لتحقيـــق الأهداف التربوية السلمية والعمل على رفاهيـــة المجتمـــع وتحقيـــق الأمـــن والاطمئنان والمحبة والتعاون والسلام والسعادة والرفاهية لبني الإنسان.

وهذا المؤلف يؤصل علماً جديداً يسمى بالإذاعة التربوية النقية مـــن خلال ما جاء بالقرآن الكريم والأحاديث القدسية والنبوية الشريفة وتـــم لأول مرة على مستوى العالم وضع مفهوماً جديداً للإذاعة التربوية وفلسفة جديـــدة وأهداف وأغراض ومبادئ وخطط وأدوار ومواصفات ومهـــام وتـــدريبات ولوائح واستثمارات جديدة ومجالات وفوائد ونظريات التي يمكنها التعامل مع

التطورات العلمية والمتغيرات العالمية الحديث، أي كل أركان العلم الجديد الذي يجسد مواثيق الشرف الإعلامية.

ويشمل هذا المؤلف على عشرة فصول واستعان الباحث بمراجع وصل عددها ٢٣٧ مرجعاً عربياً وأجنبياً.

إنْ أُرِيدُ إلاَّ الإصْلاحَ مَا اسْتَطَعْتُ ومَا تَوْفِيقِي إلاَّ بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وإلَيْهِ أُنِيبُ

صدق الله العظيم

المؤلف الدكتور/ رفعت عارف الضبع

الفصل الأول
التأصيل العلمي للاذاعة التربوية

- تعريف الإذاعة
- الفرق بين الإذاعة والفن الإذاعي
- تعريف الإذاعة التربوية لمؤسسها
- وظائف الإذاعة
- فلسفة الإذاعة
- وسائل تحقيق الفلسفة الإذاعية
- أهداف الإذاعة بوجه عام
- أهداف الإذاعة التربوية
- أهمية الإذاعة
- خصائص الإذاعة
- مقارنة بين الإذاعة ووسائل الاتصال الجماهيري
- نقاط الضعف في الإذاعة
- تأسيس الاذاعة التربوية

تعريف الإذاعة :

البيان بالإذاعة :

من ذاع الشيء والخبر " يذيع ذيوعاً و" ذيوعه " كشيخوخة، و " ذيعانا " محركة : فشا الشيء وانتشر و" المذياع " بالكسر " من لا يكتم السر أو من لا يستطيع كتم خبره والجمع المذاييع ومنه قول علي رضي الله عنه في صفة الأولياء : الأولياء ليسوا بالمذاييع البذر وقيل : أراد لا يشيعون الفواحش، وهو بناء مبالغة ويقال : " فلان للأسرار مذياع وللأسباب مضياع " و" أذاع سره وبه أفشاه وأظهره أو نادي به في الناس " وبه فسر الزجاج قوله تعالي : " وَإِذَا جاءهم أمر من الأمن أو الخوف أذاعوا به " أي أظهروا ونادوا به في الناس.

هذا ما نجده في " تاج العروس " وغيره من المعاجم اللغوية، علي النحو الذي يشير إلي " الذيوع " و " الانتشار " والإفشاء " والمناداة بالخبر في الناس.

ونقصد بالإذاعة إرسال برامج الإذاعة والتلفزيون بقصد استقبالهما بواسطة جمهور عام متميزا بذلك عن الرسائل اللاسلكية المعينة الموجهة لمحطات خاصة تستقبلها وفي دائرة المعارف البريطانية نجد وصفا للإذاعة بأنها النشر المنظم أو الإذاعة للإمتاع Entertainment والإعلام Information والتثقيف وغيرها لاستقبالها في آن واحد بواسطة جمهور متناثر يتكون من أفراداً وجماعات بأجهزة استقبال مناسبة.

كذلك في لغتنا العربية وردت الإشارة إلي كلمة إذاعة وهي تعني (الذيّع) أي الانتشار أو النشر وإعلان ما كان خافيا أو غير معروف.

فالذيع أن يشيع الأمر وأذاعت بالأمر إذا أفشيه وأظهرته وأذاع الخبر أي فشا وانتشر أو فشا وظهر.

والتعريف اللغوي الذي استحدثه مجمع اللغة العربية في مصر لكلمة إذاعة فهي المصدر من أذاع وهي نشر الأخبار وغيرها بواسطة الجهاز

اللاسلكي والمذياع هو آلة الإذاعة.

ويمكن تعريف الإذاعة أيضا بأنها الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتي أنحاء العالم فرادي وجماعات باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة.

والمادة التي تنقلها الإذاعة إما أن تكون صوتية أو مرئية أو تجمع بينهما والأصل اللغوي بكلمة الإذاعة تعني الإشاعة بمعني النشر العام وذيوع ما يقال لدرجة أن العرب يصفون الرجل الذي لا يكتم السر بأنه مذياع.

تعريف أخر للإذاعة : الإذاعة هي النشر عن طريق الاتصال اللاسلكي بصرف النظر عن استخدام الفن الإذاعي ذلك أن الإذاعة تقوم علي الإرسال ونقل الصوت عبر الموجات اللاسلكية (متوسطة الطول أو القصيرة أو متناهية القصر والتي تسمي بالموجات السنتيمترية)

الفرق بين الإذاعة والفن الإذاعي :

ينبغي أن نفرق بين الإذاعة و" الفن الإذاعي " عند الحديث عن الماهية فالإذاعة هي النشر عن طريق الاتصال اللاسلكي بصرف النظر عن استخدام الفن الإذاعي، ذلك أن " الإذاعة " تقوم علي الإرسال ونقل الصوت عبر الموجات اللاسلكية (متوسطة الطول، أو القصيرة أو متناهية القصر، والتي تسمي بالموجات المايكرو أو السنتيمترية) أي أن الإذاعة " وسيلة " نتوسل بها في الإرسال للمادة الإذاعية التي تتميز بخصائص فنية هي خصائص الفن الإذاعي يستقبلها جمهور من المستمعين عن طريق أجهزة الاستقبال المختلفة فالفن الإذاعي يوظف التطور التكنولوجي في الإرسال والاستقبال ولقد اقتضي التوسع في حجم الاستوديوهات مع تشغيل مجموعات أن يعاد تصميم الميكرفون مثلاً بحيث يواجه الاحتياجات المترتبة علي هذا الوضع.

تعريف آخر للإذاعة :

الإذاعة Broadcast في الدلالة العربية أو الإنجليزية من حيث الاشتقاق تشير إلي النشر والإفشاء، أما الفن الإذاعي فهو توظيف للنشر المنظم بواسطة الراديو في صياغة وإعداد وإخراج وتقديم "مادة " إذاعية في

أشكال فنية ترسل لتستقبل بواسطة الراديو كالموسيقي والأحاديث والــدراما والفكاهة والنشرات الإخبارية وغيرها من المواد التــي تتميــز بالمعالجــة التفسيرية الواضحة المعززة بالموسيقي والمؤثرات الــصوتية فــضلا عــن التجسيد الفني والمسرحة والتكرار واختيار الكلمات المتميزة بشحنة تأثيريــة وتقبل سمعي فضلا عن أساليب البلاغة الجيدة التي تتم عن الواقعية والحيوية والمشاركة والتي تحقق بدورها فعالية الإتصال الإذاعي بجمــاهير متفرقــة مبعثرة من المستمعين أفراداً أو جماعات.

ويعتمد الفن الإذاعي علي التبسيط والتجسيد والتصوير والواقعية الحيــة مستعينا في ذلك بفنون الإخراج الإذاعي من موســيقي ومــؤثرات صــوتية ومستعينا بتطبيقات البلاغة الجديدة وإمكانات الكلمة المنطوقة فــي إفــساح مجالات التخيل والتصور والتفكير أمام المستمع ذلك أن الراديو ينتمي إلــي عائلة وسائل الاتصال السمعية بمعني أنه في استطاعته أن يرســل أصــواتا تحمل رسائل متنوعة الأشكال هادفة إلي العديد من الأغراض التي من بينها الأغراض ذات الطابع التثقيفي

تعريف الإذاعة التربوية :

عرف " رفعت الضبع " الإذاعة التربوية بأنها عملية البث الــدوري المستمر للمعلومات المسموعة من مكان لأخر لتحقيق الأهــداف التربويــة السليمة للمجتمع.

ويري أن الإذاعة التربوية تظهر في المجالات الآتية :-

أ- البرامج الدينية - برامج الأطفال - برامج المرأة - البرامج الصحية والثقافية والتعليمية بالمحطات والشبكات الإذاعية.

ب-محطة الإذاعة التعليمية.

جـ - الإذاعة الجامعية المحلية. د- الإذاعة المدرسية.

وظائف الإذاعة (الراديو) :

وتتلخص أهم الوظائف التي خرج بها " مندلسون " من خلال تحليله فيما يلي :

١ - الوظيفة الإعلامية ٢- الوظيفة المزاجية

٣- وظيفة الاسترخاء والتحرر النفسي ٤ - وظيفة الرفقة والصداقة

٥- وظيفة التفاعل الاجتماعي

وفيما يلي شرح لهذه الوظائف :

١- الراديو يلعب دوراً هاماً في حياة المستمعين اليومية: هذا الدور الشامل والموحد للراديو إنما هو من نوع من الوجود العام المتعدد الجوانب والمزايا والذي يستطيع أن يثير وأن يريح وأن يهديء وهو بمثابة رفيق عزيز وغير طفيلي كما أنه في الوقت الذي يستطيع فيه أن يعرض الأحداث الكبري التي تقع في العالم الخارجي فإنه يستطيع أيضا أن ينبيء بارتداء ملابس معينة تصلح لحالة الطقس التي يعلن عنها.

٢- يحصر الراديو " يوم المستمع أو ينظمه: يرتبط الراديو بوظيفة هامة أيضا وهي أنه يحقق نغمة وإيقاعاً معيناً للنشاط اليومي فالأسلوب الإذاعي ينساب إلي المستمع في الصباح وبعده قبل أن يخرج إلي العالم الخارجي بان يقدم له ما يجري في العالم من أحداث بالأمس وحال هذا العالم اليوم والتهديدات المحتملة الروتينية اليومية كما يساهم الإرسال الصباحي مساهمة كبيرة في تشكيل مزاج المستمع وفي تحديد إطاره العقلي كما أن نهاية السهرة يهدئه - سيكولوجيا - ويساعده علي الاستغراق في النوم ومن ثم فإنه يهيئه لاستقبال يوم جديد بهمة ونشاط.

٣- وظيفة المرافقة والصداقة : ولقد تبين أن الراديو يلعب دور الرفيق - بصفة عامة- ويساعد في خفض التواترات الناتجة عن روتين العمل اليومي من جهة و الشعور بالعزلة من جهة أخري

٤- الوظائف المزاجية للراديو : يري مندلسون أن قابلية الراديو للتعديل وفقا لمزاج المستمع وإطاره السيكولوجي في وقت معين من أهم وظائف الراديو ومميزاته حيث أن وجود محطات إرسال عديدة إنما يعني في نفس الوقت وجود مجال واسع للإختيار والانتقاء بحيث يصبح من السهل - أمام المستمع - أن يدير المؤشر لكي يستمع إلي ما يوافقه سيكولوجيا ومزاجيا ومن ثم فإن الراديو يتطابق مع الحالة المزاجية للمستمع كما يمكن أن يؤثر علي تغير مزاجه أيضاً.

٥- الراديو كوسيلة لنقل الأخبار والمعلومات ونشرها : إذا كانت المناقشة السابقة تشير إلي الترفيه الظاهر Manifest Enterianment الذي يحققه الراديو كوظيفة فإن الباحث يناقش جانباً أخر وهو الدور الإعلامي للراديو حيث لاحظ أن مستمعي الإرسال الإذاعي عادةً ما يديرون مؤشرات الراديو للاستماع إلي الأخبار الهامة وحيث يتضح أن الراديو وسيلة هامة تربط المستمع بما يدور حوله من أحداث كما أن هناك وظائف أخري مشتركة بين الراديو والصحافة وهي تقديم أخبار شخصية تحدد نمط السلوك اليومي كأخبار الطقس والتغيرات المنتظرة فيه.

٦- الوظيفة الإجتماعية للراديو: Social lukn وكما يتيح الراديو الفرصة أمام المستمع في أن يشارك مع الآخرين في تشكيله منوعة من الأحداث ذات المغزي والاهتمام المشتركين وحيث يستخدم المستمع الراديو لتحقيق نوع من الاقتراب أو الارتباط بينه وبين غيره من المستمعين لمجرد اشتراكه في الاستماع إلي الأخبار نفسها والبرامج ذاتها بالإضافة إلي ما يتبع ذلك من أنه قد يناقش الآخرين فيما سمعه من أخبار أو فيما تابعه من برامج إذاعية ومن هنا نلاحظ أن الراديو قد يخلق مجال اهتمام مشترك ومن ثم فإنه قد يدعم التفاعل الاجتماعي بموضوعات جديدة.

فلسفة الإذاعة :

استطاعت الإذاعة المصرية أداء رسالتها الإعلامية ناطقة بصوت مصر مخاطبة لشعبها بكافة طوائفة حاملة لهم رسالة إعلامهم الوطني رسالة بناء وتنمية في مختلف المجالات مخاطبة كافة شرائح الجمهور علي اختلاف أعمارهم ومستوياتهم الاجتماعية والثقافية وملبية كافة احتياجاتهم وذلك من خلال شبكاتها التسع التي تتكامل وتتدرج في التخصص الموضوعي بدء من الطابع القومي العام ومروراً بمختلف المجالات الموضوعية الخاصة وانتهاء بأدق عناصر التخصص في الخدمات الإعلامية وهذا ينبع من فلسفتها المستمدة من فلسفة واستراتيجية الإعلام المصري التي ترتبط بدورها بالاستراتيجية العامة للدولة.

وسوف نلقي الضوء علي بعض الخطوط العريضة للإستراتيجية الإعلامية وفلسفتها فيما يلي :-

١- الإعلام حق لكل مواطن يصل إليه حيثما وجد ويقدم له أكثر مما يفيده في الإعلام والتثقيف والترويح.

٢- بناء شخصية الإنسان بحيث يكون منطلقا من تاريخه وتراثه وقيمه وعاداته وتقاليده بإعتبارها جذوره الأصلية ومنفتحا في نفس الوقت علي العالم الخارجي المحيط به وذلك لتحصين المواطن المصري ضد التأثيرات الإعلامية الوافدة الضارة والسلبية.

٣- مواكبة ممارسة الديمقراطية والتعبير عنها وإتاحة الفرصة للتفاعل الخلاق بين الرأي والرأي الآخر في إطار مصلحة الوطن والتوسع والتحرك بالميكروفون في حوار دائم مع الجماهير.

٤- الاهتمام بالطفولة والشباب والأسرة والمرأة كقطاعات عريضة وهامة في المجتمع.

٥- يتبني القضايا الهامة للوطن والقضايا والمشكلات التي تهم الجماهير :-

أ- العمل علي زيادة الإنتاج والتنمية ومواكبة كل جهود الإصلاح الاقتصادي والتأكيد علي حشد كل الجهود عامة وخاصة لتحقيق ذلك.

ب- المشكلة السكانية بأبعادها المختلفة.

جـ- الإرهاب والتطرف وأية سلبيات أخري تهدد المجتمع وتصحيح السلوكيات بوجه عام.

د- المحافظة علي البيئة.

هـ - المخدرات.

وخلال هذا العام ٢٠٠٦ أعطت الإذاعة المصرية اهتماماً خاصاً للأولويات التالية :-

١- تعظيم المشاركة الشعبية وخاصة السياسية وحشد جميع الطاقات لتحقيق أهداف المجتمع المصري في التنمية المتواصلة والمتكاملة.

٢- المعالجة الموضوعية للقضايا والمشكلات القومية خاصة قضايا

السكان والبطالة والأمية والبيئة.

٣- دعم الخطط والبرامج القومية لتحديث مصر والاستمرار في متابعة المشروعات القومية الكبري.

٤- الحرص علي تأكيد ثوابت السياسة المصرية التي تحقق المصالح العليا للوطن وإبراز مكانة مصر ودورها الحضاري عربيًا وإفريقياً وإسلامياً ودوليًا.

٥- تعزيز الشخصية المصرية القادرة علي الإسهام في الارتقاء بالوطن في المجالات كافة.

وسائل تحقيق الفلسفة الإذاعية :-

١- مواكبة التقدم المنهل في وسائل الاتصال :

وذلك بتحديث الوسائل كمحطات الإرسال والاستوديوهات والأجهزة والمعدات والتدريب المستمر للكوادر حتي يكون في مستوي القيام بمسئولياته.

٢- متابعة التطور المتلاحق في عصر الأقمار الصناعية :

ويتم ذلك من خلال تدعيم رسالة الإعلام الوطني والارتقاء بالشكل والمضمون لكي يظل الإعلام الوطني محتفظا بجمهوره وقادراً علي التأثير فيه في مواجهة قنوات البث المباشر الوافد من الخارج.

٣- تنوع الخدمات الإذاعية لإتاحة أكبر فرصة من الاختيار أمام المستمعين.

٤- التوسع في الإعلام الإقليمي باعتباره خادماً للبيئة والتنمية وباعتباره رابطاً جديداً للمواطن المصري بإعلام الوطن من ناحية أخري وباعتباره مصدراً إعلامي لا يمكن أن يجده في الإعلام الوافد من الخارج.

٥- الانفتاح علي العالم واطلاق قنوات فضائية وطنية لربط المصريين والعرب في الخارج بوطنهم.

٦- الاهتمام برجع الصدي من خلال وسائل عديدة في مقدمتها بحوث المستمعين والمشاهدين ورسائلهم والتحرك النشط بالميكروفون بين الجماهير والاستفادة بذلك كله في التخطيط للدورات الإذاعية.

وإنطلاقاً من هذه الاستراتيجية الفلسفة يتم وضع الخطط السنوية للإعلام

المصري المسموع وفي ضوء هذه الخطط السنوية يتم وضع الخطط الربـــع سنوية للإذاعات وهو ما نطلق عليه خريطة الإذاعة وفقا لأهداف كل إذاعة تطبيقاً لفلسفة التنوع والتخصص وكلما كانــت الأهــداف العامــة للإعــلام المصري واضحة كلما كانت الخطط الخاصة لكل إذاعة أكثر دقة ونجاحاً.

أ هـ د ا ف ا لإ ذ ا عـ ة :

أهداف الإذاعة بوجه عام :

الإذاعة وسيلة إعلامية هامة وقد حققت إنجازات متعددة علي مستويات مختلفة علي مدي العمر الذي عاشته علي الساحة الإعلامية وفن بؤرة إهتمام الجماهير حاملة الأهداف المتنوعة المنوطة إليها سواء كانت أهداف سياسية، ترفيهية، دعائية وغيرها والإذاعة قطعت أشواطا كثيرة من النجاح في سبيل تحقيق الأهداف التي أقيمت من أجلها ومن هذه الأهداف :

١. تنوير الرأي العام العالمي بمباديء جمهورية مصر العربية ومعالم نهضتها وموقفها تجاه القضايا والأحداث ودورها في إقرار السلام.
٢. تعريف شعوب العالم بالحضارة والفكر والثقافة والعلوم المصرية والعربية.
٣. زيادة الروابط بين الشعب المصري وشعوب العالم.
٤. تقديم وجهات النظر المصرية بالنسبة للمشاكل والقضايا الدولية.
٥. إيجاد رأي عام يساند وجهات النظر المصرية والتعاطف معها.
٦. نشر مباديء الدين الإسلامي مع التركيــز علـــي الجوانــب الحــضارية والإنسانية التي يدعو لها والإهتمام بتقديم التفاســير والفتــاوي للــشعوب الإسلامية.
٧. إيجاد ربط المعتربين المصريين والعرب بالوطن وإطلاعهم علي التطورات والأحداث الاقتصادية والسياسية وتزويدهم بالمعلومات التي تعيــنهم علـــي كسب الرأي العام في المجتمعات التي هاجروا إليها إلـــي وجهــة النظــر المصرية.
٨. تنوير الرأي العام بالأنباء الداخلية والخارجية وإيقافه علي مختلف التيارات العالمية.
٩. موالاة استطلاع رغبات المستمعين وتطلعات المجتمع لتطــوير البــرامج

وتطويعها لخدمة الشعب.

١٠. تقديم الإذاعة بمختلف اللغات لتعريف الشعوب بعدالة مبادئنا وإنجـــازات ثورتنا وأمجادنا المجيدة.
١١. تشجيع الهوايات وتنمية المواهب وتقديم جيل جيد من الفنانين والفنيـــين المدربين علي الخدمات الإذاعية المتطورة.
١٢. السعي لتبادل المنح والبعثات والخبرات والبرامج الإذاعية مـــع ســـائر الدول.
١٣. نشر اللغة العربية لغة القرآن الكريم بين الشعوب الإسلامية بحيث تصبح اللغة العربية إحدي الروابط التي تنمي علاقة مصر بدول العالم.
١٤. توجيه الإذاعات باللهجات المناسبة للمستمع في الأماكن التي يتواجد فيها بالطريقة وبالأوقات المناسبة
١٥. إعداد وتقديم البرامج الإخبارية والسياسية وإذاعـــة نـــشرات الأخبـــار باللغات المختلفة.
١٦. الحصول علي الأنباء من مصادرها المختلفة.
١٧. إنتاج البرامج الغنائية والموسيقية والثقافية المختلفـــة وتقـــديم الحفـــلات المختلفة
١٨. إصدار المجلات والنشرات والكتيبات بما يتفق وأهداف الإذاعة.
١٩. معاونة قوي الشعب العامل في التعرف علي حقوقهم وواجبـــاتهم عـــن طريق الإسهام الجدي في رفع كفايتهم العسكرية والفنية.
٢٠. تتركز الجهود لمواجهة مشكلة الزيادة السكانية عـــن طريـــق الإرشـــاد والتوعية بالتعاون مع الهيئات المختلفة.
٢١. تقديم مختلف الخدمات الإذاعية والإعلامية في مجالات الإعلام الصحي والزراعي والخدمات المتعلقة بتوفير الاحتياجات الـــضرورية الأساســـية للشعب وتحسين مستوي الخدمات المقدمة والاستجابة الـــسريعة لمـــشاكل الجماهير اليومية ومعاونتهم علي حلها
٢٢. شرح السياسات الداخلية والخارجية للـــرأي العـــام العـــالمي وتزويـــده بالبيانات والمعلومات من جمهورية مصر العربية.

أهداف الإذاعة من الناحية التربوية : -

هذا ويتضح من تقديمنا للأهداف السابقة أهداف الإذاعة التربوية المتمثلة في:

١- إعداد وتقديم البرامج الخاصة بتعميق إنتماء الشباب إلي الوطن وحمايته من الانحراف وإبراز دوره في البناء والتعمير وبنشر الثقافة والتعليم بين الأوساط الشعبية وإلقاء الأضواء علي الجامعات الإقليمية كمراكز إشعاع لخدمة البيئة ونشر الوعي الرياضي وتشجيع النشاط الرياضي

٢- تقديم البرامج الخاصة بتنمية الوعي لدي المستمع ومحاربة العادات والتقاليد الخاصة والضارة وترقية السلوك الفردي والإجتماعي.

٣- إعداد وتقديم البرامج الخاصة بمواكبة الجمهور للتنمية وتصحيح المسار الاقتصادي والاستغلال الأمثل للثورات الطبيعية في البلاد وتنمية الدخل العام والثروة القومية.

٤- إعداد وإذاعة البرامج الدينية التي تساعد علي غرس القيم الروحية في النفوس وإذاعة تلاوات للقرآن الكريم

٥- إعداد برامج لمخاطبة قطاعات المجتمع المختلفة – (الشباب – المرأة – الطفل....إلخ)

٦- إعداد وتقديم البرامج التي تبرز عظمة التاريخ والتراث المصري ونشر أفكار وفلسفات الأمم العربية والأجنبية قديماً وحديثاً وتقديم سير للشخصيات العالمية التي كان لها دور في صنع حضارة الإنسان في كافة المجالات والميادين

٧- تقديم البرامج التعليمية لجميع المراحل التعليمية في المدارس والجامعات وكذلك برامج تعليم الكبار.

٨- إلقاء الضوء علي النماذج المشرفة في مختلفة المجالات لابراز عنصر القدوة الحسنة.

٩- خلق الكوادر المختلفة من الإذاعيين – الكتاب – المؤلفيين – الأدباء – الفنانيين المنشدين وغيرها عن المواهب الجديدة.

١٠- خلق وعي وطني وقومي وثقافي وأدبي وذلك بتقديم برامج متخصصة تخدم هذه الأهداف وإبراز الإعلام والتعريف بالأماكن

الحضارية الموجودة في مصرنا الحبيبة.

١١- تقديم برامج تخدم الأهداف الخاصة بزيادة الإنتاج – ترشيد الاستهلاك – تنظيم الأسرة وغيرها من الأهداف العليا للوطن.

١٢- دعم الانتماء الوطني والاهتمام بقضايا الطفولة والأمومة والشباب.

١٣- تقديم برامج ترفيهية ذات المواد الترفيهية الراقية التي تخلق ذوق عام راق.

١٤- إعداد وتقديم الأعمال الدرامية وخاصة المسرحيات العالمية المترجمة والعربية ذات المستوي الرفيع ومواكبة المناسبات الثقافية المتنوعة.

١٥- إعداد وتقديم الدراسات المؤلفة والمترجمة والبرامج الشعرية وبرامج الأدب والفنون والعلوم والنقد والبرامج الحوارية.

١٦- إعداد وتقديم البرامج الخاصة بالفقه الإسلامي من عيادات ومعاملات وأحوال شخصية.

أهمية الإذاعة :

هناك اهتمام كبير بالإذاعات للعديد من الأسباب منها :-

١- تلعب دوراً كبيراً في حياة قادة الرأي حتي في الريف وبين العمال في مختلف المجتمعات المحلية الصغيرة بما ينقله إليهم من أخبار عن الأنشطة المختلفة لمختلف الطوائف.

٢- إكساب الطفل الكثير من القيم والتقاليد المرغوبة وما يصاحبها من تعديل في السلوك وذلك عن طريق تجاوب الطفل مع الأحداث ولا سيما عندما يجب أن يشارك الأبطال في قيمهم ومثلهم.

٣- تحقيق السبق الصحفي وتوفير عنصر الحالية في بث الأخبار والمعلومات فالإرسال موجود علي مدار اليوم يستطيع من خلاله الإنسان الحصول علي الأخبار في أسرع وقت ممكن ،

٤- أنها المصدر الرئيسي للأخبار سواء في الدول المتقدمة أو النامية خاصة عند وقوع الأحداث.

٥- وسيلة إعلانية هامة لأن ما يهم المعلن هو وصول الإعلان إلي قطاعات عريضة من الجماهير.

٦- تؤثر الإذاعة تأثيراً كبيراً في المستمع وبشكل صحيح لأن علاقة الألفة بينهما تفتح عالماً خاصاً به وسط الزحام فالمستمع يشعر وكأن الراديو يتحدث إليه فقط فهو وسيلة اتصال ذاتية رغم أنه يخاطب الملايين في وقت واحد مما يجعل المستمع يثق ويصدق كل ما يقال بالراديو وهذا بدوره يؤثر في تغير سلوك المستمع وتعديل اتجاهاته.

٧- وما يعكس أهمية الراديو أنه أصبح جزءاً هاماً لازماً بين أجهزة كل بيت تقريبا ويقبل المستمع إليه في أي مكان سواء في المنزل أو المراكز الاجتماعية أو في السيارة – المكتب – أثناء العمل أو النادي.

٨- الكلمة المذاعة لها تأثير خطير فهي تدور حول العالم سبع مرات في الثانية الواحدة مما يجعلها أكثر فاعلية فهي تعد من أقوي الوسائل في التأثير علي الجماهير ولها قوة إيجابية فهي تتسلل للمستمع في كل مكان بطريقة هادئة وديعة.

٩- للراديو تأثير هام علي المستمع سواء كانت معلوماته عميقة أو ضحلة في موضوع ما فهو يجعله يأخذ قدر كبير من المعلومات ويحتفظ بها أيضاً.

١٠- أصبح الراديو سلاحاً من أسلحة الحرب النفسية وأداة رئيسية في العلاقات الدولية وخاصة عند حدوث الأزمات والمشكلات السياسية في العالم.

١١- أنهت الإذاعة عزلة المواطنين وخففت من الاحتكار الإعلامي ووفرت للجماهير وجهات نظر مختلفة عما هم معتاد ون عليه تجاه القضايا الدولية.

١٢- نظراً لقلة تكاليف إعداد البرامج الإذاعية استطاعت دول صغيرة أن تعرض علي العالم ثقافتها وحضارتها وتبثها للدول الكبري.

١٣- الإذاعة رمز الدولة وسيادتها فهي تستطيع أن تقرب العالم بعضه لبعض وتساهم في صنع السلام الذي يعتبر غاية البشر وأن تزرع الود وتنمي أواصر التفاهم بين الشعوب وعلي العكس فمن الممكن أن تقوم بدور في إثارة الأحقاد وزيادة الخلافات وإثارة المشكلات في الدول المستهدفة

وإشعال نار الحرب بينها.

١٤- تقديم تغطية إخبارية منتظمة للأحداث الوطنية والدولية كخدمة لهم.

١٥- كذلك تقديم صورة للحياة الثقافية والاجتماعية والاقتصادية للدول علـــي الصعيد الدولي.

١٦- مما يعكس أهمية الإذاعة ما وضحته نتائج بارومتر الاستماع الذي أجراه اتحاد الإذاعة والتلفزيون خلال إســبوع مــن [١٤ - ٢٠ /١٩٨٥/٩] علي عينة حصص قوامها (١٠٥٠٠) مفردة خلال ســبعة أيــام بواقــع ١٥٠٠ مفردة يوميا في عينة من المحافظات الحضرية ومحافظات الوجه القبلي والبحري ومحافظات الحدود أوضحت أن : -

٦٣,٣٥% من عينات الدراسة يستمعون إلي الإذاعة بمتوسط يــومي ساعة و٥١ دقيقة و١٢ ثانية وأهم الشبكات الإذاعية التي يــستمعون إليهــا الشبكة الرئيسية (٩١,٤٢%)، والشبكة التجارية (٦٣، ١٨%) وجــاء فــي مقدمة البرامج خلال أسبوع الدراسة البرامج الدينيــة (٤٥,٤٨%) البــرامج الترفيهية (٢٣,٩٢ %) برامج الخدمات والطوائــف (١٤,٨٥%) البــرامج السياسية (٨,١٧%) برامج ثقافية (٤,٢٧%) دراميــة (٣,٢٥%) إعلانــات (٠,٠٦%).

خصائص الإذاعة :

لكل وسيلة إتصال جماهيرية خصائص معينة تحدد شخصيتها بما في ذلك نقاط القوة ونقاط الضعف.

وتعتبر الإذاعة المسموعة من أفضل وسائل الاتصال الجماهيرية قدرة علي الوصول للمستمعين في أي مكان بسهولة ويــسر متخطيــة الحــواجز الجغرافية والأمية لأنها تستطيع مخاطبة الجميع دون تمييز وبغض النظــر عن فارق السن ومستوي التعليم ولا تحتاج لظــروف وأوضــاع خاصــة للإستماع كما هو الحال في التلفزيون.

وهي بوجه عام أكثر فاعلية من الوسائل الشخصية أو المكتوبة نظراً لأنه من الممكن تقويتها وتدعيمها بإحدي المفردات أو التقنيات الفنية الملائمة كالموسيقي والمؤثرات الصوتية أو غير ذلك مما يزيد من قدرتها التأثيريــة

والتعبيرية والإقناعية لدي جمهور المستمعين كما أنها تخلــق لنـــا جمهـــور المستقبلين نوعا من الإحساس بالمشاركة والواقية التي تقترب من الاتـــصال الشخصي إلي حد ما.

<u>من أهم ما يميز الإذاعة من خصائص عن وســـائل الاتـــصال الجماهيريـــة الأخرى ما يلي :-</u>

١- تخطي حاجز الأمية والفقر فتعتبر الإذاعة وسيلة اقتصادية جعلتها مـــن أكثر الوسائل التي تناسب ظروف الدول النامية وذلك بحكم أنه رخيص الثمن والتكاليف في عملية الإرسال والاستقبال كما أنه لا يحتـــاج مـــن يسمعه لمعرفة القراءة أوالكتابة للتعرض للمضمون الإعلامي الذي يقدم.

٢- يري البعض اعتماد الإذاعة علي حاسة السمع فقط يعتبـــر نوعـــا مـــن القصور ولكن الإذاعة من الناحية العملية تعوض هذا النقص من خـــلال اعتمادها علي مملكة خصبة هي مملكة الخيال عند المستمع وهذه ميـــزة تميز بها الراديو لأن العناصر المرئية تجسد كل شيء أمام المشاهد وتحد من إنطلاق تخيله بينما الإذاعة تجعل المستمع يتخيل الأشخاص والزمان والمكان مما يجعل المستمع أكثر إنصاتاً لما يقال.

٣- لا يحتاج الاستماع للراديو إلي مجهود كبير وذلك لاعتماده علي حاســـة واحدة وهي حاسة السمع فهو الوسيلة الوحيدة التي لا تحتاج للعين كمـــا في الصحف والتليفزيون.

٤- صغر حجم الراديو يجعله سهل الحمل والنقل حيث يمكن للمستمع حمله ونقله من مكان إلي مكان أخر حيث يذهب.

كما أنه رخيص الثمن وأقل تكلفة من وسائل الإعلام الأخرى ومـــن ثـــم اعتبره الكثيرون الأداه السحرية التي حررت الاتصال من القيود التـــي جعلته محدوداً حتي قبل ظهور هذه الأداة.

٥- يتميز الراديو بسرعة الانتشار والتوصيل فهو يسعي إلي الفرد فـــي أي مكان يلاحقه طوال ساعات الليل والنهار بقوة الموجه التي تحكمه كمـــا يتخطي كل الحواجز أو الحدود السياسية والطبيعية فإرســـاله يتخطـــي الصعوبات الأخري كسوء العلاقات السياسية بين الدول. قلة المواصلات

كما يتخطي إرساله الحواجز الطبيعية فالعامل الجغرافي يحول دون انتشار الموجات الإذاعية.

٦- يعتبر الراديو من وسائل الاتصال الجادة وفقا لتقسيم ماكلوهان للوسائل لأن العناصر الإذاعية أقل تهيكلاً في بنيتها من العناصر التليفزيونية مما يعطي مجالاً للتصور والتخيل والتفكير أكثر من الصورة المكتملة.

٧- يبث إرساله علي مدي أربع وعشرين ساعة ولذلك يستطيع المسمتع أن يلجأ إليه وقتما يشاء

٨- انتشار الأمية بين الشعوب العربية جعل الأفراد يجدون غايتهم في هذه الوسيلة التي لا تحتاج إلي قراءة كما في الصحف والمجلات.

ولا يزال ينفرد الراديو بخصائص يتميز بها عن وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى من هذه الخصائص ما يلي :-

١- السرعة والفورية وسعة الانتشار: حيث أنه أكثر وسائل الاتصال وجوداً في أي وقت وفي أي مكان ويتزايد انتشار أجهزة الاستقبال بصفة مستمرة كما يتزايد وقت الإرسال فموجته الإذاعية تسير بسرعة الضوء ٣٠٠,٠٠٠ كم / ث وتدور حول الأرض سبع مرات ونصف في الثانية الأمر الذي يجعله وسيله إتصال فورية وسريعة في الوصول إلي مناطق شاسعة وملايين البشر في وقت واحد وهذه الخاصية جعلت الإذاعة تحقق السبق الصحفي وتوفر عنصر الحالية في بث الأخبار والمعلومات.

٢- إيجابية الجو النفسي للتعرض : فعلاقة الآلفة بين الراديو والمستمع تفتح عالما كاملاً من الاتصال الضمني فالمستمع يشعر وكأن الردايو يتحدث إليه شخصيا فهو يتوجه إلي المستمع بشكل حميم وخصوصي.

٣- المصداقية والصورة الذهنية : تتمتع الإذاعة بقدر ملحوظ من الثقة لدي الجماهير العريضة وبالتالي فإنها تحظي بدرجة مصداقية عالية خاصة في الدول النامية إذا ما قورنت بالصحافة والتليفزيون.

أيضا فإن محطات الراديو تسعي إلي خلق وتدعيم صورة إيجابية لها في أذهان الجماهير وذلك من خلال حرصها الدائم للإندماج في واقع

المستمعين بكافة أبعاده وتلبية رغباتهم واحتياجاتهم ومعالجة مشكلاتهم الإجتماعية العامة.

٤- لا يتطلب الاستماع للراديو الجلوس والتفرغ : أثناء التعرض مثلما هو الحال في التلفزيون ولا يكلف ارتداء الملابس وقضاء الوقت مثلما هو الحال عند الذهاب إلي السينما أو المسرح كما لا يكلف تقليب الصفحات والقراءة مثلما هو الحال أثناء التعرض للكتاب أو الصحفية.

خصائص الإذاعة (من الناحية السلبية) :

نقاط الضعف

علي الرغم من مزايا الردايو كوسيلة اتصال إلا أنه لا يخلو من بعض العيوب كوسيلة إتصال جماهيرية ومن هذه العيوب :

١- يخضع للتشويش والعوامل الانتقائية.

٢- يفتقر إلي رجع الصدي الفوري.

٣- كما أن المادة خارج سيطرة المستمع بمعني أ ن وقت تقديم البرنامج إذا لم يسمعه المستمع لا يمكنه إستعادته مرة ثانية كما هو في الصحيفة فالقاريء يمكنه الاطلاع علي الصحيفة أكثر من مرة وإعادة قراءتها ومحاولة فحصها.

٤- إعتماد الراديو علي الصوت فقط جعله يحتاج إلي تركيز ذهني كبير من جانب المستمع ويتطلب أيضا أن تكون الرسالة نفسها تثير هذا التركيز.

٥- كما أن اعتماده علي الصوت فقط فلابد من استخدام اللغة الواضحة في حدود فهم المستمع العادي وإلا فقدت الرسالة جاذبيتها وتأثيرها.

٦- كذلك فإن الراديو معرض لمؤثرات طبيعية ومصطنعة تقلل من كفاءة البيئة الإتصالية.

٧- أيضا فهناك المناقشة الشديدة من جانب الوسائل الأخرى فالتليفزيون مثلاً يستحوذ علي الجماهير العريضة كما ينتشر الفيديو والكاسيت ومع تطور اتصالات الفضاء أتيح للمشاهد قنوات تليفزيونية متنوعة كل هذه العوامل تنعكس بالضرورة علي الراديو وجماهيريته لذلك يجب أن نأخذها في الحسبان حتي يتمكن من الصمود أمام الوسائل الأخرى المنافسة له.

تأسيس الاذاعة التربوية

أهمية ظهور علم الاذاعة التربوية:

١- تصادم الحضارات:

في عالمنا هذا تتحدد القيم الإنسانية بينما تختلف العادات والتقاليد الاجتماعية وتتفق الحضارات تارة وتتصادم تارة أخرى ويرجع ذلك إلى اختلاف الوازع الديني فالذين يتمسكون بالرسالات السماوية عن يقين وحق لن يضلوا أبداً ولكن جميع المشكلات تأتي ممن يحرفون تعاليم السماء أو يتطرفون فى تفسيرها وفقاً لتحقيقي مصالحهم الشخصية من منافع سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية على حساب الرسالات السماوية وتطورت وسائل الاتصال والتي جمعت بين الدولة والمجتمعات حتى أصبح العالم أشبه بقرية إلكترونية صغيرة يمكن التنقل من مكان إلى آخر فى وقت قليل.

٢- المتغيرات العالمية:

وقد طرأت مستجدات على المجتمع منها انهيار المعسكر الشيوعي وتفكك الاتحاد السوفيتي إلى دوليات صغيرة وظهور الولايات المتحدة الأمريكية باعتبارها أكبر قوة عسكرية فى العالم وزيادة الصراع الفلسطيني الإسرائيلي والحرب العراقية الإيرانية والغزو العراقي للكويت والحرب الأمريكية الأفغانية وغزو دول التحالف للعراق وظهور الاتحاد الأوربي كقوة اقتصادية وسياسية موحدة والتقدم الصناعي لليابان والصين وكوريا الجنوبية والشمالية وإنشاء مجلس التعاون الخليجي وزيادة أعداد السكان وزيادة الطلب على المياه الصالحة للشرب والرى وحاجة المجتمع إلي الغذاء النقي السليم وزيادة الطلب على التعليم والتقدم الهائل فى المخترعات العلمية الحديثة واكتشاف الخريطة الجينية للإنسان واكتشاف مقاييس علمية جديدة وتعرض المجتمعات إلي كوارث طبيعية لم يشاهدها من مثل الزلازل والرياح والفيضانات وانتشار حيوانات وحشرات ضارة بالإنسان والثورة التكنولوجية وانتشار الإنسان الآلي وحرية التجارة العالمية بعد اتفاقية الجات واستخدامات بعض الدول للطاقة النووية فى مجال السلم والحرب. والدعوة الى الجودة فى التعليم والصناعة والانتاج واتفاقية التجارة الحرة العالمية.

٣

- نظام التعليم فى الدول النامية:

أصبح التعليم يحتاج إلى ميزانية كبيرة نظراً لتطور نظم التعليم فى العالم الأمر الذي يشكل عبء اقتصادي كبير على ميزانية الدولة. وكان من

الواجب أن نفكر فى طريقة جديدة ومتطورة للتعليم أهم خصائصها أن تكون قليلة التكاليف وتوفر الوقت والجهد والمال للمتعلم وتقدم تعليماً يتماشى مع التقدم الهائل فى نظم التعليم العالمية وخاصة وأن التعليم هو أساس التنمية فى أي مجتمع والتنافس والصراع العالمي الآن فى التعليم بعد أن أصبحت قضية تطوير التعليم قضية أمن قومي لمصر. وان اتعليم فريضة سماوية

كما أن النظام التعليمى فى الدول النامية والذي يرتكز علي التعليم النظامي من خلال المؤسسات التربوية ذات الجدران المدرسة والمعهد والجامعة يسير بسرعة بطيئة جداً لا تتناسب مع سرعة التطوير الكبيرة الذي تسير بها جميع دول العالم المتقدم فى مجال التعليم بالإضافة إلى التكلفة المالية الكبيرة التي تحتاجها مؤسسات التعليم النظامي من معامل وورش والتي وصلت إلى المليارات من العملات المختلفة فليس لنا منطلق أهم من تطوير وتوظيف التكنولوجيا فى تحقيق التنمية حتى تساير ركب الحضارة والتقديم العلمي الذي يليق بمكانة الدول العربية مهبط الأديان السماوية ومهد الحضارات الإنسانية فى العالم والتوصل إلى أساليب وأنماط متقدمة والاستثمار الأمثل للبث الخبري الفضائي والتقدم التكنولوجي فى تطوير نظم التعليم فى هذه الدول حتى تحقق التنمية الاجتماعية للمواطن العربى ونقضى على الأمية والتخلف لبناء أمة عربية الفكر الجديد والأمل المنشود.

٤- <u>تطور وسائل الاتصال :</u>

سهولة الاتصال بين أفراد العالم باستخدام المخترعات العلمية الحديثة أدت إلي اختلاط الثقافات بعضها ببعض رغم اختلافها فى المناطق وتأثرت بعض الثقافات بالأخرى من خلال الاتصال الشخصي المباشر أو عن طريق وسائل وأجهزة الاذاعة المختلفة وازدادت سرعة الاتصالات بعد استخدام الأقمار الصناعية فى البث الفضائي الخبري وكانت نتيجة لذلك تصادم الثقافات والتي نتج عنها العديد من المشكلات الاجتماعية نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

١- مشكلة الأمية الأبجدية والوظيفية بأنواعها المتعددة.
٢- مشكلة التلوث بأنواعها (السمعي والبصري - البيئي - الاجتماعي)
٣- مشكلة التصدع الاجتماعي للأسرة.
٤- مشكلة الطلاق المبكر.
٥- مشكلة العنوسة بين النساء والرجال.
٦- مشكلة البطالة والبطالة المقنعة.
٧- مشكلة الإدمان إلى تعاطي المخدرات.
٨- مشكلة التطرف الديني.
٩- مشكلة الإرهاب.
١٠- مشكلة البلطجة.
١١- مشكلة ضعف الوازع الديني.
١٢- مشكلات التخلف الثقافي والحضاري والتعليمي.
١٣- مشكلة الصراع والهيمنة الاستعمارية على بعض الدول.
١٤- مشكلة معدل الزيادة فى عدد السكان لا يتناسب تناسباً طردياً مع معدل زيادة الموارد. فى بعض الدول العربية النامية.
١٥- ظهور بعض الأمراض المدمرة للإنسان والحيوانات والطيور.
١٦- ظهور مشكلة السرقات الاقتصادية والأدبية والعلمية والفكرية.
١٧- مشكلة التجسس وعدم الولاء والانتماء الوطني.

وقد تسبب ظهور تلك المشكلات إلى انتشار الفقر والجهل والمرض وإلي زيادة حالات الانتحار بين الأفراد وانخفاض متوسط الدخل وتفكك النسيج الاجتماعي لبعض الأسر وانتشار قيم اجتماعية سلبية وظهور تقاليد اجتماعية ضارة بالمجتمع وتغيرت الخريطة السياسية والاقتصادية والاجتماعية العالمية وأصبح المجتمع يعاني من القلق وعدم الاطمئنان على مستقبله ومستقبل الأجيال القادمة.

٥- قدم نظريات الاذاعة:

ظهرت نظريات الخبر منذ سنوات طويلة وكانت هذه النظريات تحقق أهداف مجتمعية فى فترة زمنية معينة من أجل الوفاء بحاجات المجتمع خلال تلك الفترة ولو تفقدنا العلماء الذين أسسوا هذه النظريات لوجدنا أن بعضهم لا يدين بأي دين سماوي وفاقد الشيء لا يعطيه فمن الصعب أن تقدم للإنسانية قيم سماوية فى نظرياتهم كما أن المجتمع الإنساني تغيرت ظروفه ومتطلباته تغيراً كبيراً وسريعاً وأصبح هذه النظريات لا تتناسب مع تلك المتغيرات العالمية وبالتالي عجزت تلك النظريات فى التناغم مع المرحلة الحالية من الزمن والحد من ظهور تلك المشكلات.

٦- ظهور العلوم البينية للوفاء بحاجة المجتمع:

ظهرت في الآونة الأخيرة العلوم البينية مثل الهندسة الوراثية والهندسة الطبية وزراعة الأعضاء والتخصصات الجديدة والدقيقة مثل جراحة قلب الأطفال وجراحة التجميل وجراحة المناظير والعلاج بالليزر وهذه التخصصات تفي بحاجة المجتمع من التخصصات لتحقيق التنمية الشاملة المتوازنة فى المجتمع. وهى تجمع بين أكثر من تخصص يحتاجه المجتمع وأرى أن مزج الاذاعة بالتربية ومنها تنطلق الاذاعة التربوية كعلم جديد المجتمع فى حاجة كبرى إليه ٠

الخلاصــة :

يرى البعض أن الاذاعة بنظرياتها ووسائلها المختلفة شاركت بقصد أو بغير قصد فى تصادم الحضارات المختلفة مثل القنوات الفضائية والصحافة الصفراء والمسرحيات المنفلتة والأفلام الهابطة وأصبح المجتمع فى حاجة كبيرة إلى الآتيان بعلم جديد يتلافى تلك السلبيات وتحقق التناغم من متطلبات العصر ويحيى القيم السماوية ويحصن المواطن المتلقي للرسالة الاذاعية. ويعمل على

تنقية الرسائل الاذاعية من الشوائب (وما كان لله دام واتصل وما كان لغير الله انقطع وانفصل.)

عاش المؤلف كما هو مبين من سيرته العلمية والاجتماعية والاعلامية فترة الحريـــة الاذاعيـــة. وتجـــسد الديمقراطيـــة والتـــي يقودهـــا **الـــسيد الرئيس محمد حسني مبارك** رئيس الجمهورية وكذلك أشقاؤه قيادات الدول العربية والاسلامية ومن خلفهم قيادات مخلصة لله تعالى ثم للوطن والتي شجعته على الإبداع والابتكار والعامل الذي دفعه إلى التوصل إلى التوصية التي أذن الله تعالى بها لعلم الاذاعة التربوية بأن يظهر إلى عالم الوجود كعلم جديد له فلسفة وأهداف وفوائد للمجتمع.

١- الدور البحثي للمؤلف : (الدكتور رفعت عارف الضبع)
التوصية باستحداث علم الاذاعة التربوية

توصل المؤلف إلي التوصية رقم ٢٧ داخل الرسالة الماجستير التي أعدها عام ١٩٨٧م ونوقشت عام ١٩٨٩م بجامعة عين شمس تحت إشراف أساتذه أفاضل (**باستحداث علم جديد يسمى بالاذاعة التربوي**) وقد تم إلقاء الضوء على هذه التوصية من خلال معظم أجهزة الاعلام المصرية فقد بثها التليفزيون المصري وعلقت عليها الصحف المصرية العالمية وتناولها المتخصصين والخبراء النقاد بالتحليل. والتأييد فى أغلب الاحيان٠

٢- دور الأستاذ الدكتور الوزير أحمد فتحي سرور فى تأسيس العلم:

عرض المؤلف التوصية على الأستاذ الدكتور/أحمد فتحي سرور أستاذ القانون بجامعة القاهرة ووزير التعليم (التربية والتعليم العالي) آنذاك ورئيس مجلس الشعب المصري ورئيس الاتحاد البرلماني الدولي والعربي.

فكرة تأسيس شُعب وأقسام علمية داخل كلية التربية النوعية وقد عرف عن **الدكتور/أحمد فتحي سرور** تشجيعه للابتكارات والإبداع وحبة للخير والعطاء الإنساني فقد شجع تنفيذ تلك التوصية وعرض الموضوع ضمن إنشاء كليات التربية النوعية على المجلس الأعلى للجامعات.

والذي اعتذر المجلس عن تنفيذ التوصية نظراً لعدم توافر الاعتمادات المالية وتم السعي لتطبيق فكرة إنشاء كليات التربية النوعية تضم أقسام عملية من بينها الاذاعة التربوية وتكنولوجيا التعليم والاقتصاد المنزلي والتربية الفنية والتربية الموسيقية ورياض الأطفال بالجهود الذاتية والجهود الحكومية ممثله فى وزارة التعليم العالي .

وتم السعي لإنشاء بعض كليات التربية النوعية بالمشاركة الشعبية وبالجهود الذاتية التطوعية في التمويل كأول تجربة لإنشاء كليات للتربية النوعية بالجهود الذاتية وقد كُتِبَ الله تعالي لهذه الفكرة النجاح الباهر وتم تأسيس العديد من كليات التربية النوعية بالجهود الذاتية . وشارك المؤلف الدكتور رفعت الضبع فى تأسيس تسع كليات للتربية النوعية تضم فى ثناياها تسع شعب وأقسام علمية للاعلام التربوى والذى يشمل على الاذاعة التربوية وبقية الفروع الأخرى للاعلام التربوى وانتشرت كليات التربية النوعية وبالتالى أقسام وشعب الاعلام التربوى فى مصر حتى وصلت الآن الى تسع عشرة كلية معظمها أقسام وشعب للاعلام التربوى ثم وفق الله المؤلف فى تأصيل علوم الاعلام التربوى جميعها وتم نشرها فى مؤلفات علمية ٠

وتم تكريم المؤسس بدعوته لزيارة العديد من الجامعات الاوربية والعربية والاسلامية.

الفصل الثاني

التأصيل الدينى للإذاعة في القرآن الكريم والأحاديث النبوية الشريفة

تعريف الإذاعة

البيان بالإذاعة

من ذاع الشيء والخبر " يذيع ذيوعاً و " ذيوعه " كشيخوخة، و "ذيعانا " محركة: فشا الشيء وانتشر و "المذياع" بالكسر " من لا يكتم السر أو من لا يستطيع كتم خبره والجمع المذاييع ومنه قول علي رضي الله عنه في صفة الأولياء: الأولياء ليسوا بالمذاييع البذر وقيل: أراد لا يشيعون الفواحش، وهو بناء مبالغة ويقال: " فلان للأسرار مذياع وللأسباب مضياع " و" أذاع سره وبه أفشاه وأظهره أو نادي به في الناس

التأصيل الدينى للاذاعة فى القران الكريم والسنة النبوية الشريفة.

<u>اولا: قد جاء لفظ أذاع في القران الكريم:</u>

فى سورة النساء الآية ٨٣ قال تعالى (وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الأَمْنِ أَوِ الخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُوْلِي الأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنبِطُونَهُ مِنْهُمْ وَلَوْلا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لاتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلاَّ قَلِيلاً).

<u>تفسير الآية كما ورد فى تفسير الجلالين:</u>

{وإذا جاءهم أمر} عن سرايا النبي صلى الله عليه وسلم ما حصل لهم {من الأمن} بالنصر {أو الخوف} الهزيمة {أذاعوا به} أفشَوه نزل في جماعة من المنافقين أو في ضعفاء المؤمنين كانوا يفعلون ذلك فتضعف قلوب المؤمنين ويتأذى النبي {ولو ردوه} أي الخبر {إلى الرسول وإلى أُولي الأمر منهم} أي الرأي من أكابر الصحابة أي لو سكتوا عنه حتى يخبروا به {لعَلِمَه} هل هو مما ينبغي أن يذاع أو لا {الذين يستنبطونه} يتبعونه ويطلبون علمه وهم المذيعون {منهم} من الرسول وأولي الأمر {ولولا فضل الله عليكم} بالإسلام {ورحمته} لكم بالقرآن {لاتبعتم الشيطان} فيما يأمركم به من الفواحش {إلا قليلا}

❖ <u>كما ورد لفظ أذاع في الحديث الشريف</u>: حيث قال رسول الله صلى

الله عليه وسلم " من أذاع فاحشة كان كمبتدئها ومن عير مؤمنا بشئ لا يموت حتى يركبه."

ثانيا جاء لفظ " ظهر " فــي القــرآن الكــريم حــوالى (٦) مــرات فــي الايات التالية: (١)

١) فى سورة التحريم الآية ٣ قال تعالى: (وَإِذْ أَسَرَّ النَّبِيُّ إِلَى بَعْضِ أَزْوَاجِهِ حَدِيثاً فَلَمَّا نَبَّأَتْ بِهِ وَأَظْهَرَهُ اللَّهُ عَلَيْهِ عَرَّفَ بَعْضَهُ وَأَعْرَضَ عَنْ بَعْضٍ فَلَمَّا نَبَّأَهَا بِهِ قَالَتْ مَنْ أَنْبَأَكَ هَذَا قَالَ نَبَّأَنِيَ الْعَلِيمُ الْخَبِيرُ){و} اذكر {إذ أسرَّ النبي إلى بعض أزواجه} هي حفصة {حديثا} هو تحريم مارية وقال لها لا تفشيه {فلما نبأت به} عائشة ظنا منها أن لا حرج في ذلك {وأظهره الله} أطلعه {عليه} على المنبأ به {عرَّف بعضه} لحفصة {وأعرض عن بعض} تكرما منه {فلما نبأها به قالت من أنبأك هذا قال نبأني العليم الخبير} أي الله.

٢) فى سورة الجن الآية ٢٦قال تعالى:(عَالِمُ الْغَيْبِ فَلاَ يُظْهِرُ عَلَى غَيْبِهِ أَحَداً) {عالم الغيب} ما غاب عن العباد {فلا يظهر} يطلع {على غيبه أحدا} من الناس.

٣) فى سورة التوبة الآية ٣٣ قال تعالى: (هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَى وَدِينِ الْحَقِّ لِيُظْهِرَهُ عَلَى الدِّينِ كُلِّهِ وَلَوْ كَرِهَ الْمُشْرِكُونَ){هو الذي أرسل رسوله} محمدا صلى الله عليه وسلم {بالهدى ودين الحق ليُظهره} يعليه {على الدين كله} جميع الأديان المخالفة له {ولو كره المشركون} ذلك.

٤) فى سورة الروم لآية ٤١ قال تعالى: (ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُم بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ){ظهر الفساد في البر} أي القفار بقحط المطر وقلة النبات {والبحر} أي البلاد التي على الأنهار بقلة مائها {بما كسبت أيدي

---

(1) http://www.islamweb.net/ver٢/MainPage/index.php
الشبكة الاسلامية ، إسلام ويب نت .

الناس} من المعاصي {ليذيقهم} بالياء والنون {بعض الذي عملوا} أي عقوبته {لعلهم يرجعون} يتوبون.

٥) فى سورة غافر الآية ٢٦ قال تعالى(وَقَالَ فِرْعَوْنُ ذَرُونِي أَقْتُلْ مُوسَى وَلْيَدْعُ رَبَّهُ إِنِّي أَخَافُ أَن يُبَدِّلَ دِينَكُمْ أَوْ أَن يُظْهِرَ فِي الأَرْضِ الفَسَادَ){وقال فرعون ذروني أقتل موسى} لأنهم كانوا يكفونه عن قتله {وليدع ربه} ليمنعه مني {إني أخاف أن يبدل دينكم} من عبادتكم إياي فتتبعوه {وأن يُظهر في الأرض الفساد} من قتل وغيره، وفي قراءة: أو، وفي أخرى بفتح الياء والهاء وضم الدال.

٦) فى سورة الاعراف الآية ٣٣ قال تعالى:(قُلْ إِنَّمَا حَرَّمَ رَبِّيَ الفَوَاحِشَ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَنَ وَالإِثْمَ وَالْبَغْيَ بِغَيْرِ الحَقِّ وَأَن تُشْرِكُوا بِاللَّهِ مَا لَمْ يُنَزِّلْ بِهِ سُلْطَاناً وَأَن تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لاَ تَعْلَمُونَ) {قل إنما حرَّم ربي الفواحش} الكبائر كالزنا {ما ظهر منها وما بطن} أي جهرها وسرها {والإثم} المعصية {والبغي} على الناس {بغير الحق} وهو الظلم {وأن تشركوا بالله ما لم ينزل به} بإشراكه {سلطانا} حجة {وأن تقولوا على الله ما لا تعلمون} من تحريم ما لم يحرم وغيره.

ثالثا: نجد فى تاج العروس وغيره من المعاجم اللغوية لفظ الاذاعة بمعنى المناداه بالخبر.

<u>ولقد جاء لفظ نادى فى القران الكريم بصور مختلفة وباعداد كثيرة بلغ تكرارها نحو (٤٢) مرة.</u>

١) فى سورة الاعراف الاية ٤٤. قال تعالى: (نَادَى أَصْحَابُ الجَنَّةِ أَصْحَابَ النَّارِ أَن قَدْ وَجَدْنَا مَا وَعَدَنَا رَبُّنَا حَقاًّ فَهَلْ وَجَدتُّم مَّا وَعَدَ رَبُّكُمْ حَقاًّ قَالُوا نَعَمْ فَأَذَّنَ مُؤَذِّنٌ بَيْنَهُمْ أَن لَّعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الظَّالِمِينَ) ونادى أصحابُ الجنة أصحاب النار} تقريرا أو تبكيتا {أن قد وجدنا ما وعدنا ربنا} من الثواب {حقا فهل وجدتم ما وعد} كم {ربكُم} من العذاب {حقا ؟ قالوا نعمْ فأذَّن مؤذِّن} نادى منادٍ {بينهم} بين الفريقين أسمعهم {أن لعنة الله على الظالمين}.

٢) فى سورة الاعراف الاية ٤٨ قال تعالى: (وَنَادَى أَصْحَابُ

الأَعْرَاف رِجَالاً يَعْرِفُونَهُمْ بِسِيمَاهُمْ قَالُواْ مَا أَغْنَى عَنكُمْ جَمْعُكُمْ وَمَا كُنتُمْ تَسْتَكْبِرُونَ) {ونادى أصحاب الأعراف رجالا} من أصحاب النار {يعرفونهم بسيماهم قالوا ما أغنى عنكم} من النار {جمعكم} المال أو كثرتكم {وما كنتم تستكبرون} أي واستكباركم عن الإيمان، ويقولون لهم مشيرين إلى ضعفاء المسلمين.

٣) في سورة الاعراف الآية ٥٠ قال تعالى:(وَنَادَى أَصْحَابُ النَّارِ أَصْحَابَ الجَنَّةِ أَنْ أَفِيضُوا عَلَيْنَا مِنَ المَاءِ أَوْ مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ قَالُوا إِنَّ اللَّهَ حَرَّمَهُمَا عَلَى الكَافِرِينَ) ونادى أصحاب النار أصحاب الجنة أن أفيضوا علينا من الماء أو مما رزقكم الله} من الطعام {قالوا إن الله حرَّمهما} منعهما {على الكافرين}.

٤) في سورة هود الآية ٤٢ قال تعالى: (وَهِيَ تَجْرِي بِهِمْ فِي مَوْجٍ كَالْجِبَالِ وَنَادَى نُوحٌ ابْنَهُ وَكَانَ فِي مَعْزِلٍ يَا بُنَيَّ ارْكَب مَّعَنَا وَلاَ تَكُن مَّعَ الكَافِرِينَ)، {وهي تجري بهم في موج كالجبال} في الارتفاع والعظم {ونادى نوح ابنه} كنعان {وكان في معزل} عن السفينة {يا بني اركب معنا ولا تكن مع الكافرين}.

٥) في سورة هود الآية ٤٥ قال تعالى: (وَنَادَى نُوحٌ رَّبَّهُ فَقَالَ رَبِّ إِنَّ ابْنِي مِنْ أَهْلِي وَإِنَّ وَعْدَكَ الحَقُّ وَأَنْتَ أَحْكَمُ الحَاكِمِينَ) {ونادى نوح ربه فقال رب إن ابني} كنعان {من أهلي} وقد وعدتني بنجاتهم {وإن وعدك الحق} الذي لا خلف فيه {وأنت أحكم الحاكمين} أعلمهم وأعدلهم.

٦) في سورة مريم الآية ٣ قال تعالى: (إِذْ نَادَى رَبَّهُ نِدَاءً خَفِيًّا){إذ} متعلق برحمة {نادى ربه نداءً} مشتملاً على دعاء {خفيا} سرا جوف الليل لأنه أسرع للإجابة.

٧) في سورة الانبياء الآية ٧٦ قال تعالى: (وَنُوحاً إِذْ نَادَى مِن قَبْلُ فَاسْتَجَبْنَا لَهُ فَنَجَّيْنَاهُ وَأَهْلَهُ مِنَ الكَرْبِ العَظِيمِ) (و) اذكر (نوحاً) وما بعده بدل منه (إذ نادى) دعا على قومه بقوله "" رب لا تذر "" إلخ (من قبل) أي قبل إبراهيم ولوط (فاستجبنا له فنجيناه وأهله) الذين في

سفينته (من الكرب العظيم) أي الغرق وتكذيب قومه له.

٨) فى سورة الانبياء الآية ٨٣قال تعالى: (وَأَيُّوبَ إِذْ نَادَى رَبَّهُ أَنِّي مَسَّنِيَ الضُّرُّ وَأَنْتَ أَرْحَمُ الرَّاحِمِينَ{و} اذكر {أيوب} ويبدل منه {إذ نادى ربه} لما ابتلي بفقد جميع ماله وولده وتمزيق جسده وهجر جميع الناس له إلا زوجته سنين ثلاثا أو سبعاً أو ثماني عشرة وضيق عيشه {أني} بفتح الهمزة بتقدير الياء {مسنيَ الضر} أي الشدة {وأنت أرحم الراحمين}

٩) فى سورة الانبياء الآية ٨٧قال تعالى:(وَذَا النُّونِ إِذ ذَّهَبَ مُغَاضِباً فَظَنَّ أَن لَّن نَّقْدِرَ عَلَيْهِ فَنَادَى فِي الظُّلُمَاتِ أَن لاَّ إِلَهَ إِلاَّ أَنْتَ سُبْحَانَكَ إِنِّي كُنتُ مِنَ الظَّالِمِينَ) {و} اذكر {ذا النون} صاحب الحوت وهو يونس بن متى ويبدل منه {إذ ذهب مغاضباً} لقومه أي غضبان عليهم مما قاسى منهم ولم يؤذن له في ذلك {فظن أن لن نقدر عليه} أي نقضي عليه بما قضيناه من حبسه في بطن الحوت، أو نضيق عليه بذلك {فنادى في الظلمات} ظلمة الليل وظلمة البحر وظلمة بطن الحوت {أن} أي بأن {لا إله إلا أنت سبحانك إني كنت من الظالمين} في ذهابي من بين قومي بلا إذن.

١٠)في سورة الانبياء الآية ٨٩ قال تعالى: (وَزَكَرِيَّا إِذْ نَادَى رَبَّهُ رَبِّ لاَ تَذَرْنِي فَرْداً وَأَنْتَ خَيْرُ الوَارِثِينَ) {و} اذكر {زكريا} ويبدل منه {إذ نادى ربه} بقوله {رب لا تذرني فرداً} أي بلا ولد يرثني {وأنت خير الوارثين} الباقي بعد فناء خلقك.

١١)في سورة الشعراء الآية ١٠ قال تعالى: (وَإِذْ نَادَى رَبُّكَ مُوسَى أَنِ ائْتِ القَوْمَ الظَّالِمِينَ){و} اذكر يا محمد لقومك {إذ نادى ربك موسى} ليلة رأى النار والشجرة {أن} أي: بأن {ائت القوم الظالمين} رسولا.

١٢)في سورة ص الآية ٤١ قال تعالى: (وَاذْكُرْ عَبْدَنَا أَيُّوبَ إِذْ نَادَى رَبَّهُ أَنِّي مَسَّنِيَ الشَّيْطَانُ بِنُصْبٍ وَعَذَابٍ){واذكر عبدنا أيوب إذ نادى ربه أني} أي بأني {مسنيَ الشيطان بنصب} ضر {وعذاب} ألم، ونسب ذلك إلى الشيطان وإن كانت الأشياء كلها من الله تأدبا معه تعالى.

١٣)في سورة الزخرف الآية٥١ قال تعالى:(وَنَادَى فِرْعَوْنُ فِي قَوْمِهِ قَالَ يَا قَوْمِ أَلَيْسَ لِي مُلْكُ مِصْرَ وَهَذِهِ الأَنْهَارُ تَجْرِي مِن تَحْتِي أَفَلاَ تُبْصِرُونَ){ونادى فرعون} افتخاراً {في قومه قال يا قوم أليس لي ملك مصر وهذه الأنهار} من النيل {تجري من تحتي} أي تحت قصوري {أفلا تبصرون} عظمتي.

١٤)في سورة القلم الآية ٤٨ قال تعالى:(وَنَادَى فِرْعَوْنُ فِي قَوْمِهِ قَالَ يَا قَوْمِ أَلَيْسَ لِي مُلْكُ مِصْرَ وَهَذِهِ الأَنْهَارُ تَجْرِي مِن تَحْتِي أَفَلاَ تُبْصِرُونَ){فاصبر لحكم ربك} فيهم بما يشاء {ولا تكن كصاحب الحوت} في الضجر والعجلة وهو يونس عليه السلام {إذ نادى} دعا ربه {وهو مكظوم} مملوء غما في بطن الحوت.

١٥)في سورة االنازعات الآية ٢٣ قال تعالى:(فَحَشَرَ فَنَادَى){فحشر} جمع السحرة وجنده {فنادى}.

١٦)في سورة الصافآت الآية ٧٥قال تعالى: (وَلَقَدْ نَادَانَا نُوحٌ فَلَنِعْمَ المُجِيبُونَ)(ولقد نادانا نوح) بقوله "" رب إني مغلوب فانتصر "" (فلنعم المجيبون) له نحن: أي دعانا على قومه فأهلكناهم بالغرق.

١٧)في سورة الاعراف الآية ٢٢ قال تعالى: (فَدَلاَّهُمَا بِغُرُورٍ فَلَمَّا ذَاقَا الشَّجَرَةَ بَدَتْ لَهُمَا سَوْءَاتُهُمَا وَطَفِقَا يَخْصِفَانِ عَلَيْهِمَا مِن وَرَقِ الجَنَّةِ وَنَادَاهُمَا رَبُّهُمَا أَلَمْ أَنْهَكُمَا عَن تِلْكُمَا الشَّجَرَةِ وَأَقُل لَّكُمَا إِنَّ الشَّيْطَانَ لَكُمَا عَدُوٌّ مُّبِينٌ) {فدلاهما} حطهما عن منزلتهما {بغرور} منه {فلما ذاقا الشجرة} أي أكلا منها {بدت لهما سوآتهما} أي ظهر لكل منهما قبله وقبل الآخر ودبره وسمي كل منها سوأة لأن انكشافه يسوء صاحبه {وطفقا يخصفان} أخذ يلزقان {عليهما من ورق الجنة} ليستترا به {وناداهما ربهما ألم أنهكما عن تلكما الشجرة وأقل لكما إن الشيطان لكما عدو مبين} بيِّن العداوة والاستفهام للتقرير.

١٨)في سورة مريم الآية ٢٤ قال تعالى:(فَنَادَاهَا مِن تَحْتِهَا أَلاَّ تَحْزَنِي قَدْ جَعَلَ رَبُّكِ تَحْتَكِ سَرِياًّ) {فناداها من تحتها} أي: جبريل وكان أسفل منها {ألا تحزني قد جعل ربك تحتك سريا} نهر ماء كان قد انقطع.

١٩) في سورة النازعات الآية ١٦قال تعالى: (إِذْ نَادَاهُ رَبُّهُ بِالْوَادِ الْمُقَدَّسِ طُوًى){إذ ناداه ربه بالواد المقدس طوىً} اسم الوادي بالتنوين وتركه.

٢٠)في سورة آل عمران الآية ٣٩ قال تعالى: (فَنَادَتْهُ الْمَلآئِكَةُ وَهُوَ قَائِمٌ يُصَلِّي فِي الْمِحْرَابِ أَنَّ اللَّهَ يُبَشِّرُكَ بِيَحْيَى مُصَدِّقاً بِكَلِمَةٍ مِّنَ اللَّهِ وَسَيِّداً وَحَصُوراً وَنَبِياًّ مِّنَ الصَّالِحِينَ) {فنادته الملائكة} أي جبريل {وهو قائم يصلي في المحراب} أي المسجد {أنَّ} أي بأن وفي قراءة بالكسر بتقدير القول {الله يُبشِّرك} مثقلا ومخففا {بيحيى مصدِّقاً بكلمة} كائنة {من الله} أي بعيسى أنه روح الله وسُمي كلمة لأنه خلق بكلمة كن {وسيِّدا} متبوعا {وحصورا} ممنوعا من النساء {ونبيا من الصالحين} رُوي أنه لم يعمل خطيئة ولم يهم بها.

٢١) في سورة الكهف الآية ٥٢ قال تعالى:(وَيَوْمَ يَقُولُ نَادُوا شُرَكَائِيَ الَّذِينَ زَعَمْتُمْ فَدَعَوْهُمْ فَلَمْ يَسْتَجِيبُوا لَهُمْ وَجَعَلْنَا بَيْنَهُم مَّوْبِقاً) {ويوم} منصوب باذكر {يقول} بالياء والنون {نادوا شركاءي} الأوثان {الذين زعمتم} ليشفعوا لكم بزعمكم {فدعوهم فلم يستجيبوا لهم} لم يجيبوهم {وجعلنا بينهم} بين الأوثان وعابديها {موبقا} واديا من أودية جهنم يهلكون فيه جميعا وهو من وبق بالفتح هلك

٢٢)في سورة ص الآية قال تعالى: (كَمْ أَهْلَكْنَا مِن قَبْلِهِم مِّن قَرْنٍ فَنَادَوْا وَلاَتَ حِينَ مَنَاصٍ) {كم} أي كثيرا {أهلكنا من قبلهم من قرنٍ} أي أمة من الأمم الماضية {فنادوْا} حين نزول العذاب بهم {ولاتَ حين مناص} أي ليس حين فرار والتاء زائدة، والجملة حال من فاعل نادوا، أي استغاثوا، والحال أن لا مهرب ولا منجى وما اعتبر بهم كفار مكة.

٢٣)في سورة الزخرف الآية ٧٧ قال تعالى: (وَنَادَوْا يَا مَالِكُ لِيَقْضِ عَلَيْنَا رَبُّكَ قَالَ إِنَّكُم مَّاكِثُونَ){ونادوا يا مالك} هو خازن النار {ليقض علينا ربك} ليمتنا {قال} بعد ألف سنة {إنكم ماكثون} مقيمون في العذاب دائماً.

٢٤)في سورة القمر الآية ٢٩قال تعالى: (فَنَادَوْا صَاحِبَهُمْ فَتَعَاطَى فَعَقَرَ){فنادوا صاحبهم} قدرا ليقتلها {فتعاطى} تناول السيف {فعقر} به

الناقة، أي قتلها موافقة لهم.

٢٥)في سورة القلم الآية ٢١قال تعـالى: (فَتَنَـادَوْا مُـصْبِحِينَ) {فتنـادوا مصبحين}.

٢٦)في سورة المائدة الآية ٥٨ قال تعالى: (وَإِذَا نَادَيْتُمْ إِلَى الصَّلاَةِ اتَّخَذُوهَا هُزُواً وَلَعِباً ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَوْمٌ لاَّ يَعْقِلُونَ) {و} الذين {إذا ناديتم} دعوتم {إلى الصلاة} بالأذان {اتخذوها} أي الصلاة {هزوا ولعبا} بأن يستهزئوا بها ويتضاحكوا {ذلك} الاتخاذ {بأنهم} أي بسبب أنهم {قوم لا يعقلون}.

٢٧) في سورة مريم الآية ٥٢ قال تعالى: (وَنَادَيْنَاهُ مِـن جَانِـبِ الطُّـورِ الأَيْمَنِ وَقَرَّبْنَاهُ نَجِيّاً) (وناديناه) بقول "" يا موسى إني أنا الله "" (مـن جانب الطور) اسم جبل (الأيمن) أي الذي يلي يمين موسى حين أقبـل من مدين (وقربناه نجيا) مناجيا بأن أسمعه الله تعالى كلامه.

٢٨)في سورة القصص الآية ٤٦ قال تعالى:(وَمَا كُنتَ بِجَانِبِ الطُّـورِ إِذْ نَادَيْنَا وَلَكِن رَّحْمَةً مِّن رَّبِّكَ لِتُنذِرَ قَوْماً مَّا أَتَاهُم مِّن نَّذِيرٍ مِّن قَبْلِكَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ){وما كنت بجانب الطور} الجبل {إذ} حين {نادينا} موسى أن خذ الكتاب بقوة {ولكن} أرسلناك {رحمة من ربك لتنذر قوماً ما أتـاهم من نذير من قبلك} وهم أهل مكة {لعلهم يتذكرون} يتعظون.

٢٩)في سورةالصافآت الآية ١٠٤ قال تعالى: (وَنَادَيْنَـاهُ أَن يَـا إِبْـرَاهِيمُ) {وناديناه أن يا إبراهيم}

٣٠)في سورة الحجرات الآية ٤ قال تعالى:(إِنَّ الَّذِينَ يُنَادُونَـكَ مِـن وَرَاءِ الْحُجُرَاتِ أَكْثَرُهُمْ لاَ يَعْقِلُونَ) {إن الذين ينادونك من وراء الحجـرات} حجرات نسائه صلى الله عليه وسلم جمع حجرة وهي ما يحجر عليـه من الأرض بحائط ونحوه، وكان كل واحد منهم نادى خلـف حجـرة لأنهم لم يعلموه في أي حجرة مناداة الأعراب بغلظة وجفاء {أكثرهم لا يعقلون} فيما فعلوه محلّك الرفيع وما يناسبه من التعظيم.

٣١)في سورة الحديد الآية ١٤ قال تعالى: (يُنَادُونَهُمْ أَلَمْ نَكُن مَّعَكُمْ قَالُوا بَلَى وَلَكِنَّكُمْ فَتَنتُمْ أَنفُسَكُمْ وَتَرَبَّصْتُمْ وَارْتَبْتُمْ وَغَرَّتْكُمُ الأَمَانِيُّ حَتَّى جَاءَ أَمْـرُ اللَّهِ وَغَرَّكُم بِاللَّهِ الْغَرُورُ){ينادونهم ألم نكن معكم} على الطاعة {قـالوا

بلى ولكنكم فتنتم أنفسكم} بالنفــاق {وتربــصتم} بــالمؤمنين الــدوائر {وارتبتم} شككتم في دين الإسلام {وغرتكم الأمانيُّ الأطماع {حتى جاء أمر الله} الموت {وغركم بالله الغَرور} الشيطان.

٣٢)في سورة القصص الآية ٦٢ قال تعالى:(وَيَوْمَ يُنَــادِيهِمْ فَيَقُــولُ أَيْــنَ شُرَكَائِيَ الَّذِينَ كُنتُمْ تَزْعُمُونَ){و} اذكر {يوم يناديهم} الله {فيقــول أيــن شركائيَ الذين كنتم تزعمونــ} ــهم شركائي.

٣٣)في سورة القصص الآية ٦٥ قال تعالى: (وَيَوْمَ يُنَادِيهِمْ فَيَقُولُ مَاذَا أَجَبْتُمُ الْمُرْسَلِينَ){و} اذكر {يوم يناديهم فيقول ماذا أجبتم المرسلين} إليكم.

٣٤)في سورة القصص الآية ٧٤ قال تعالى: (وَيَوْمَ يُنَــادِيهِمْ فَيَقُــولُ أَيْــنَ شُرَكَائِيَ الَّذِينَ كُنتُمْ تَزْعُمُونَ){و} اذكر {يوم يناديهم فيقول أين شركائيَ الذين كنتم تزعمون} ذكر ثانياً ليبنى عليه.

٣٥)في سورة فصلت الآية ٤٧قال تعالى: (إِلَيْهِ يُرَدُّ عِلْمُ السَّاعَةِ وَمَا تَخْرُجُ من ثَمَرَاتٍ مِّنْ أَكْمَامِهَا وَمَا تَحْمِلُ مِنْ أُنثَى وَلاَ تَضَعُ إِلاَّ بِعِلْمِهِ وَيَــوْمَ يُنَادِيهِمْ أَيْنَ شُرَكَائِي قَالُوا آذَنَّاكَ مَا مِنَّا مِن شَهِيدٍ) {إليه يردُّ علم الساعة} متى تكون لا يعلمها غيره {وما تخرج من ثمرة} وفي قــراءة ثمــرات {من أكمامها} أوعيتها جمع كِم بكسر الكاف إلا بعلمه {وما تحمل مــن أنثى ولا تضع إلا بعلمه ويوم يناديهم أين شركائي قالوا آذناك} أعلمناك الآن {ما منا من شهيد} أي شاهد بأن لك شريكاً.

٣٦)في سورة غافر الآية ١٠ قال تعالى: (إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا يُنَادَوْنَ لَمَقْتُ اللَّهِ أَكْبَرُ مِن مَّقْتِكُمْ أَنفُسَكُمْ إِذْ تُدْعَوْنَ إِلَى الإِيمَانِ فَتَكْفُرُونَ){إن الذين كفروا ينادوْن} من قبل الملائكة وهم يمقتون أنفسهم عند دخولهم النار {لمقــت الله} إياكم {أكبر من مقتكم أنفسكم إذ تدعوْن} في الدنيا {إلــى الإيمــان فتكفرون}.

٣٧)في سورة فصلت الآية ٤٤ قال تعالى: (وَلَوْ جَعَلْنَاهُ قُرْآناً أَعْجَمِياًّ لَّقَالُوا لَوْلا فُصِّلَتْ آيَاتُهُ أَأَعْجَمِيٌّ وَعَرَبِيٌّ قُلْ هُوَ لِلَّذِينَ آمَنُوا هُــدًى وَشِــفَاءٌ وَالَّذِينَ لاَ يُؤْمِنُونَ فِي آذَانِهِمْ وَقْرٌ وَهُوَ عَلَيْهِمْ عَمًى أُوْلَئِكَ يُنَادَوْنَ مِــن مَّكَانٍ بَعِيدٍ){ولو جعلناه} أي الذكر {قراناً أعجميا لقــالوا لــولا} هــلا

{فصلت} بينت {آياته} حتى نفهمها {أأ} قرآن {أعجمي و} نبي {عربـــي} استفهام إنكار منهم بتحقيق الهمزة الثانية وقلبها ألفا بإشباع، ودونه {قل هو للذين آمنوا هدى} من الضلالة {وشفاء} مـــن الجهــل {والــذين لا يؤمنون في آذانهم وقر} ثقل فلا يسمعونه {وهو علــيهم عمـــى} فـــلا يفهمونه {أولئك ينادون من مكان بعيد} أي هم كالمنادى من مكان بعيد لا يسمع ولا يفهم ما ينادى به.

٣٨)في سورةطه الآية ١١قال تعالى: (فَلَمَّا أَتَاهَا نُودِيَ يَا مُوسَى){فلما أتاها} وهي شجرة عوسج {نُوديَ يا موسى}.

٣٩)في سورة النمل الآية ٨ قال تعالى: (فَلَمَّا جَاءَهَا نُودِيَ أَن بُورِكَ مَـــن فِي النَّارِ وَمَنْ حَوْلَهَا وَسُبْحَانَ اللَّهِ رَبِّ العَالَمِينَ){فلما جاءها نودي أن} أي بأن {بورك} أي بارك الله {من في النار} أي موسى {ومن حولهـــا} أي الملائكة، أو العكس وبارك يتعدى بنفسه وبالحرف ويقدر بعد فـــي مكان {وسبحان الله رب العالمين} من جملة ما نودي ومعناه تنزيــــه الله من السوء.

٤٠)في سورة القصص الآية٣٠ قال تعالى:(فَلَمَّا أَتَاهَا نُودِيَ مِـــن شَـــاطِئِ الوَادِ الأَيْمَنِ فِي البُقْعَةِ المُبَارَكَةِ مِنَ الشَّجَرَةِ أَن يَا مُوسَى إِنِّي أَنَا اللَّـــهُ رَبُّ العَالَمِينَ){فلما أتاها نودي من شاطئ} جانب {الواد الأيمن} لموسى {في البقعة المباركة} لموسى لسماعه كلام الله فيها {من الشجرة} بـــدل من شاطئ بإعادة الجار لنباتها فيه وهي شـــجرة عنـــاب أو عليـــق أو عوسج {أن} مفسرة لا مخففة {يا موسى إني أنا الله رب العالمين}.

٤١) في سورة الجمعة الآية ٩ قال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُـــوا إِذَا نُـــودِيَ لِلصَّلاةِ مِن يَوْمِ الجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَى ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا البَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ){يا أيها الذين آمنوا إذا نودي للصلاة من} بمعني فـــي {يوم الجمعة فاسعوْا} فامضوا {إلى ذكر الله} للـــصلاة {وذروا البيـــع} اتركوا عقده {ذلكم خير لكم إن كنتم تعلمون} أنه خير فافعلوه.

٤٢)في سورة ق الآية ٤١ قال تعالى: (وَاسْتَمِعْ يَوْمَ يُنَادِ المُنَادِ مِـــن مَّكَـــانٍ قَرِيبٍ) {واستمع} يا مخاطب مقولي {يوم يناد المناد} هو إسرافيل {مـــن

مكان قريب} من السماء وهو صخرة بيت المقدس أقرب موضع من الأرض إلى السماء يقول: أيتها العظام البالية والأوصال المتقطعة واللحوم المتمزقة والشعور المتفرقة إن الله يأمركن أن تجتمعن لفصل القضاء.

ولقد جاء لفظ نادى في الأحاديث النبوية بصور مختلفة وباعداد كثيرة بلغ تكرارها نحو (٢٢٨) مرة.

١. صحيح البخاري > أبواب الخمس > باب ما يصيب من الطعام في أرض الحرب

حدثنا موسى بن إسماعيل حدثنا عبد الواحد حدثنا الشيباني قال سمعت بن أبي أوفي رضي الله عنهما يقول: (أصابتنا مجاعة ليالي خيبر فلما كان يوم خيبر وقعنا في الحمر الأهلية فانتحرناها فلما غلت القدور نادى منادي رسول الله صلى الله عليه وسلم اكفئوا القدور فلا تطعموا من لحوم الحمر شيئا قال عبد الله فقلنا إنما نهى النبي صلى الله عليه وسلم لأنها لم تخمس قال وقال آخرون حرمها ألبته وسألت سعيد بن جبير فقال حرمها ألبته). رواه البخاري

٢. صحيح البخاري > كتاب بدء الخلق > باب ذكر الملائكة وقال أنس قال عبدالله بن سلام

حدثنا محمد بن سلام أخبرنا مخلد أخبرنا بن جريج قال أخبرني موسى بن عقبة عن نافع قال قال أبو هريرة رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم وتابعه أبو عاصم عن بن جريج قال أخبرني موسى بن عقبة عن نافع عن أبي هريرة عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: (إذا أحب الله العبد نادى جبريل إن الله يحب فلانا فأحببه فيحبه جبريل فينادي جبريل في أهل السماء إن الله يحب فلانا فأحبوه فيحبه أهل السماء ثم يوضع له القبول في الأرض). رواه البخاري

٣. صحيح البخاري > أبواب الخمس > باب ما يصيب من الطعام في أرض الحرب

حدثنا موسى بن إسماعيل حدثنا عبد الواحد حدثنا الشيباني قال سمعت

بن أبي أوفي رضي الله عنهما يقول: (أصابتنا مجاعة ليالي خيبر فلما كان يوم خيبر وقعنا في الحمر الأهلية فانتحرناها فلما غلت القدور نادى منادي رسول الله صلى الله عليه وسلم اكفئوا القدور فلا تطعموا من لحوم الحمر شيئا قال عبد الله فقلنا إنما نهى النبي صلى الله عليه وسلم لأنها لم تخمس قال وقال آخرون حرمها ألبته وسألت سعيد بن جبير فقال حرمها ألبته). رواه البخاري

٤. صحيح البخاري > كتاب المغازي > باب غزوة الحديبية وقول الله لقد رضي الله عن

حدثنا عبد الله بن محمد حدثنا أبو عامر حدثنا إسرائيل عن مجزأة بن زاهر الأسلمي عن أبيه وكان ممن شهد الشجرة قال: (إني لأوقد تحت القدر بلحوم الحمر إذ نادى منادي رسول الله صلى الله عليه وسلم إن رسول الله صلى الله عليه وسلم ينهاكم عن لحوم الحمر وعن مجزأة عن رجل منهم من أصحاب الشجرة اسمه أهبان بن أوس وكان اشتكى ركبته فكان إذا سجد جعل تحت ركبته وسادة). رواه البخاري

٥. صحيح البخاري > كتاب المغازي > باب قتل أبي رافع عبدالله بن أبي الحقيق ويقال ــ ــ

حدثنا أحمد بن عثمان حدثنا شريح هو بن مسلمة حدثنا إبراهيم بن يوسف عن أبيه عن أبي إسحاق قال سمعت البراء بن عازب رضي الله عنه قال: (بعث رسول الله صلى الله عليه وسلم إلى أبي رافع عبد الله بن عتيك وعبد الله بن عتبة في ناس معهم فانطلقوا حتى دنوا من الحصن فقال لهم عبد الله بن عتيك امكثوا أنتم حتى أنطلق أنا فأنظر قال فتلطفت أن أدخل الحصن ففقدوا حمارا لهم قال فخرجوا بقبس يطلبونه قال فخشيت أن أعرف قال فغطيت رأسي كأني أقضي حاجة ثم نادى صاحب الباب من أراد أن يدخل فليدخل قبل أن أغلقه فدخلت ثم اختبأت في مربط حمار عند باب الحصن فتعشوا عند أبي رافع وتحدثوا حتى ذهبت ساعة من الليل ثم رجعوا إلى بيوتهم فلما هدأت الأصوات ولا أسمع حركة خرجت قال ورأيت صاحب الباب حيث

وضع مفتاح الحصن في كوة فأخذته ففتحت به باب الحصن قال قلت إن نذر بي القوم انطلقت على مهل ثم عمدت إلى أبواب بيوتهم فغلقتها عليهم من ظاهر ثم صعدت إلى أبي رافع في سلم فإذا البيت مظلم قد طفئ سراجه فلم أدر أين الرجل فقلت يا أبا رافع قال من هذا قال فعمدت نحو الصوت فأضربه وصاح فلم تغن شيئا قال ثم جئت كأني أغيثه فقلت مالك يا أبا رافع وغيرت صوتي فقال ألا أعجبك لأمك الويل دخل علي رجل فضربني بالسيف قال فعمدت له أيضا فأضربه أخرى فلم تغن شيئا فصاح وقام أهله قال ثم جئت وغيرت صوتي كهيئة المغيث فإذا هو مستلق على ظهره فأضع السيف في بطنه ثم انكفىء عليه حتى سمعت صوت العظم ثم خرجت دهشا حتى أتيت السلم أريد أن أنزل فأسقط منه فانخلعت رجلي فعصبتها ثم أتيت أصحابي أحجل فقلت انطلقوا فبشروا رسول الله صلى الله عليه وسلم فإني لا أبرح حتى أسمع الناعية فلما كان في وجه الصبح صعد الناعية فقال أنعى أبا رافع قال فقمت أمشي ما بي قلبة فأدركت أصحابي قبل أن يأتوا النبي صلى الله عليه وسلم فبشرته). رواه البخاري

٦. صحيح البخاري أبواب المساجد > باب الحلق والجلوس في المسجد

حدثنا أبو النعمان قال حدثنا حماد عن أيوب عن نافع عن بن عمر: (أن رجلا جاء إلى النبي صلى الله عليه وسلم وهو يخطب فقال كيف صلاة الليل فقال مثنى مثنى فإذا خشيت الصبح فأوتر بواحدة توتر لك ما قد صليت قال الوليد بن كثير حدثني عبيد الله بن عبد الله أن بن عمر حدثهم أن رجلا نادى النبي صلى الله عليه وسلم وهو في المسجد). رواه البخاري

٧. صحيح البخاري > كتاب فضائل الصحابة > باب إسلام عمر بن الخطاب

حدثنا يحيى بن سليمان قال حدثني بن وهب قال حدثني عمر أن سالما حدثه عن عبد الله بن عمر قال ما سمعت عمر لشيء قط يقول: (إني لأظنه كذا إلا كان كما يظن بينما عمر جالس إذ مر به رجل جميل

فقال لقد أخطأ ظني أو إن هذا على دينه في الجاهلية أو لقد كان كاهنهم علي الرجل فدعي له فقال له ذلك فقال ما رأيت كاليوم استقبل به رجل مسلم قال فإني أعزم عليك إلا ما أخبرتني قال كنت كاهنهم في الجاهلية قال فما أعجب ما جاءتك به جنيتك قال بينما أنا يوما في السوق جاءتني أعرف فيها الفزع فقالت ألم تر الجن وإبلاسها ويأسها من بعد إنكاسها ولحوقها بالقلاص وأحلاسها قال عمر صدق بينما أنا عند آلهتهم إذ جاء رجل بعجل فذبحه فصرخ به صارخ لم أسمع صارخا قط أشد صوتا منه يقول يا جليح أمر نجيح رجل فصيح يقول لا إله إلا أنت فوثب القوم قلت لا أبرح حتى أعلم ما وراء هذا ثم نادى يا جليح أمر نجيح رجل فصيح يقول لا إله إلا الله فقمت فما نشبنا أن قيل هذا نبي). رواه البخاري

٨. صحيح البخاري > كتاب الأدب > باب المقة من الله

حدثنا عمرو بن علي حدثنا أبو عاصم عن بن جريج قال أخبرني موسى بن عقبة عن نافع عن أبي هريرة عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: (إذا أحب الله العبد نادى جبريل أن الله يحب فلانا فأحبه فيحبه جبريل فينادي جبريل في أهل السماء إن الله يحب فلانا فأحبوه فيحبه أهل السماء ثم يوضع له القبول في أهل الأرض). رواه البخاري

٩. صحيح البخاري > كتاب الدعوات > باب قول لا حول ولا قوة إلا بالله

حدثنا محمد بن مقاتل أبو الحسن أخبرنا عبد الله أخبرنا سليمان التيمي عن أبي عثمان عن أبي موسى الأشعري قال: (أخذ النبي صلى الله عليه وسلم في عقبة أو قال في ثنية قال فلما علا عليها رجل نادى فرفع صوته لا إله إلا الله والله أكبر قال ورسول الله صلى الله عليه وسلم على بغلته قال فإنكم لا تدعون أصم ولا غائبا ثم قال يا أبا موسى أو يا عبد الله ألا أدلك على كلمة من كنز الجنة قلت بلى قال لا حول ولا قوة إلا بالله). رواه البخاري

١٠. صحيح البخاري > كتاب التوحيد > باب كلام الرب مع جبريل ونداء

الله الملائكة ــ ــ

حدثني إسحاق حدثنا عبد الصمد حدثنا عبد الرحمن هو بن عبد الله بن دينار عن أبيه عن أبي صالح عن أبي هريرة رضي الله عنه قال قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: (إن الله تبارك وتعالى إذا أحب عبدا نادى جبريل إن الله قد أحب فلانا فأحبه فيحبه جبريل ثم ينادي جبريل في السماء إن الله قد أحب فلانا فأحبوه فيحبه أهل السماء ويوضع له القبول في أهل الأرض). رواه البخاري

١١. مسند أحمد > مسند عبد الله بن العباس بن عبد المطلب عن النبي صلى الله عليه > مسند

عبد الله بن العباس بن عبد المطلب عن النبي صلى الله عليه

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا عبد الله بن نمير عن الأعمش عن عمرو بن مرة عن سعيد بن جبير عن ابن عباس قال (لما أنزل الله عز وجل: وأنذر عشيرتك الأقربين قال: أتى النبي صلى الله عليه و سلم الصفا، فصعد عليه ثم نادى يا صباحاه، فاجتمع الناس إليه، بين رجل يجيء إليه وبين رجل يبعث رسوله، فقال رسول الله صلى الله عليه و سلم: يا بني عبد المطلب، يا بني فهر يا بني لؤي، أرأيتم لو أخبرتكم أن خيلاً بسفح هذا الجبل تريد أن تغير عليكم صدقتموني ؟ قالوا: نعم قال: فإني نذير لكم بين يدي عذاب شديد، فقال أبو لهب: تباً لك سائر اليوم،أما دعوتنا إلا لهذا؟ فأنزل الله عز وجل: تبت يدا أبي لهب وتب.).

١٢. الأدب المفرد > باب: مولى القوم من أنفسهم > باب: مولى القوم من أنفسهم

حدثنا عمرو بن خالد قال: حدثنا زهير قال: حدثنا عبد الله بن عثمان قال: أخبرني إسماعيل بن عبيد عن أبيه عبيد، عن رفاعة بن رافع: (أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: لعمر رضي الله عنه: اجمع لي قومك فجمعهم: فلما حضروا باب النبي صلى الله عليه وسلم دخل عليه عمر فقال: قد جمعت لك قومي فسمع ذلك الأنصار فقالوا: قد نزل في

قريش الوحي، فجاء المستمع والناظر ما يقال لهم، فخرج النبي صلى الله عليه وسلم، فقام بين أظهرهم فقال: هل فيكم من غيركم ؟ قالوا: نعم. فينا خليفنا وابن أختنا وموالينا، قال النبي صلى الله عليه وسلم: خليفتنا منا وابن أختنا منا وموالينا منا، أنتم تسمعون: إن أوليائي منكم المتقون فإن كنتم أولئك فذاك، وإلا فانظروا لا يأتي الناس بالأعمال يوم القيامة وتأتون بالأثقال، فيعرض عنكم. ثم نادى فقال: يا أيها الناس ورفع يديه يضعهما على رؤوس قريش: أيها الناس إن قريشاً أهل أمانة، من بغى بهم ـ قال زهير أظنه قال: العواثر كبه الله لمنخريه. يقول ذلك ثلاث مرات.). حسن الإسناد.

١٣. شعب الايمان > الحادي و السبعون من شعب الإيمان و هو باب في الزهد و قصر الأم >

الحادي و السبعون من شعب الإيمان و هو باب في الزهد و قصر الأم

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ أنا أبو عبد الله الصفار أنا أبو بكر بن أبي الدنيا أنا جعفر الآدمي محمد بن يزيد ثنا سفيان عن محمد بن أبان عن زيد السليمي: (أن النبي صلى الله عليه و سلم كان إذا أنس من أصحابه غفلة أو غرة نادى فيهم بصوت رفيع أتتكم المنية راتبة لازمة إما بشقاوة و إما بسعادة.).

١٤. الدارقطني > كتاب الحج > كتاب الحج

نا ابن مخلد نا ابن زنجويه نا الفريابي، نا سفيان، عن عمرو عن جابر بن زيد، عن ابن عباس قال : (قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: من لم يكن له إزار فليلبس السراويل، ون لم يكن له نعلان فليلبس الخفين سمعت أبو بكر النيسابوري يقول في حديث ابن جريج، و ليث بن سعد، و جويرية بن أسماء عن نافع، عن ابن عمر قال: نادى رجل رسول الله صلى الله عليه وسلم في المسجد ماذا يترك المحرم من الثياب، وهذا يدل على أنه قبل الإحرام بالمدينة، وحديث شعبة و سعيد بن زيد عن عمرو بن دينار عن أبي الشعثاء عن ابن عباس أنه سمع

النبي صلى الله عليه وسلم يخطب بعرفات، هذا بعد حديث ابن عمر.).

١٥. الدارقطني > كتاب الحج > باب المواقيت

حدثنا محمد بن القاسم بن زكريا بالكوفة نا عباد بن يعقوب، نا الوليد ابن أبي ثور عن سماك عن عكرمة، عن ابن عباس قال:: (نادى رجل رسول الله صلى الله عليه وسلم فقال: الحج كل عام ؟ فسكت عنه ساعةً، ثم قال: لا، بل حجة واحدة على كل مسلم، ولو قلت: كل عام، لكانت كل عام، فقام آخر فقال: أحج مكان أبي فإنه شيخ كبير ؟ فقال: حج مكان أبيك.).

١٦. مسند أحمد > مسند عبد الله بن العباس بن عبد المطلب عن النبي صلى الله عليه > مسند

عبد الله بن العباس بن عبد المطلب عن النبي صلى الله عليه

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا روح ثنا ابن جريج قال: أخبرني حسين بن عبد الله بن عبيد الله بن عباس بن داود بن علي بن عبد الله بن عباس يزيد أحدهما على صاحبه:: (أن رجلا نادى ابن عباس والناس حوله، فقال: أسنة تبتغون هذا النبيذ أم هو أهون عليكم من اللبن والعسل ؟ فقال ابن عباس: جاء النبي صلى الله عليه و سلم عباساً، فقال: اسقونا، فقال: إن هذا النبيذ شراب قد مغث ومرث أفلا نسقيك لبناً أو عسلاً ؟ قال: اسقونا مما تسقون منه الناس، فأتى النبي صلى الله عليه و سلم ومعه أصحاب من المهاجرين والأنصار بسقاعين فيهما النبيذ فلما شرب النبي صلى الله عليه و سلم عجل قبل أن يروى فرفع رأسه فقال: أحسنتم هكذا فاصنعوا، قال ابن عباس: فرضا رسول الله صلى الله عليه و سلم بذلك أحب إلي من أن تسيل شعابها لبناً وعسلاً.).

١٧. مسند أبي يعلى الموصلي > مسند جابر > مسند جابر

حدثنا جعفر بن حميد الكوفي، حدثنا يعقوب يعني: القمي، عن عيسى بن جارية. عن جابر قال : (كان رجل يحمل الخمر من خيبر إلى المدينة فيبيعها من المسلمين، فحمل منها بمال فقدم به المدينة، فلقيه

رجل من المسلمين فقال: يا فلان إن الخمر قد حرمت، فوضعها حيث انتهى على تل وسجى عليها بالأكسية، ثم أتى النبي صلى الله عليه وسلم فقال: يا رسول الله بلغني أن الخمر قد حرمت، قال: أجل. قال: إلى أن أردها على من ابتعتها منه. قال: لا يصلح ردها. قال:إلى أن أهديها لمن يكافئني منها. قال: لا، قال: إن فيها مالاً ليتامى في حجري. قال: إذا أتانا مال البحرين فأتنا نعوض أيتامك من مالهم. ثم نادى بالمدينة. قال: فقال الرجل: يا رسول الله، الأوعية ننتفع بها ؟ قال: فحلوا أوكيتها، فانصبت حتى استقرت في بطن الوادي.).

١٨. شعب الايمان > الخامس و الأربعون من شعب الإيمان وهو باب في إخلاص العمل لله > الخامس والأربعون من شعب الإيمان وهو باب في إخلاص العمل لله

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ نا أبو بكر بن إسحاق الفقيه أنا الحسين بن محمد بن زياد نا محمد بن يحيى القطيعي نا عبد العزيز بن عبد الصمد نا أبو عمران الجوني عن أبي فراس رجل من أسلم قال: (نادى رجل فقال يا رسول الله ما الإيمان ؟ قال: الإخلاص.).

١٩. شعب الايمان > السابع والخمسون من شعب الإيمان و هو باب في حسن الخلق > فصل في التجاوز و العفو و ترك المكافأة

أخبرنا أبو الحسن علي بن محمد المقري نا أبو بكر محمد بن أحمد بن يوسف بنيسابور نا أبو بكر عبد الله بن محمد بن عبيد القرشي نا خلف بن هشام نا أبو مطرف مغيرة الشامي عن العزرمي عن عمرو بن شعيب عن أبيه عن جده قال:: (قال رسول الله صلى الله عليه و سلم إذا جمع الله تعالى الخلائق نادى منادي أين أهل الفضل ؟ فيقوم ناس هم يسير فينطلقون سراعاً إلى الجنة فتلقاهم الملائكة فيقولون إنا نراكم سراعاً إلى الجنة فمن أنتم ؟ فيقول نحن لأهل الفضل. فيقولون ما كان فضلكم ؟ فيقولون كنا إذا ظلمنا صبرنا و إذا اسيء إلينا غفرنا و إذا جهل علينا حلمنا. فيقال لهم ادخلوا الجنة فنعم أجر العاملين.). هذا متن غريب و في إسناده ضعف و الله أعلم.

٢٠. شعب الايمان > الثالث و الخمسون من شعب الإيمان و هو باب في التعاون على البر >

الثالث و الخمسون من شعب الإيمان و هو باب في التعاون على البر

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ نا أبو العباس محمد بن يعقوب نا محمد بن إسحاق الصغاني نا معاوية بن عمرو عن أبي إسحاق الفزاري عن صفوان عن عمرو عن أبي اليمان عن يزيد بن الأسود قال:(لقد أدركت أقواماً من سلف هذه الأمة قد كان الرجل إذا وقع في هوي أو دجلة نادى يا لعبد الله فيتوثبوا إليه فيسخرجونه و دابته مما هو فيه و لقد وقع رجل ذات يوم في دجلة فنادى يا لعباد الله فتواثب الناس إليه فما أدركت إلا مقاصه في الطين فلأن أكون أدركت من متاعه شيئاً فأخرجه من تلك الوحلة أحب إلي من دنياكم التي ترغبون فيها.).

٢١. شعب الايمان > السبعون من شعب الإيمان و هو باب في الصبر على المصائب و عما ت

> السبعون من شعب الإيمان و هو باب في الصبر على المصائب و عما ت

و أخبرنا أبو عبد الله الحافظ أنا أبو العباس محمد بن أحمد المحبوبي بمرو نا محمد بن الليث نا عبد الله بن عثمان نا عيسى بن عبيد الله الكندي نا ربيع بن أنس نا أبو العالية عن علي عن أبي بن كعب قال : (أصيب من الأنصار يوم أحد أربع و ستون و أصيب من المهاجرين ستة منهم حمزة فمثلوا بقتلاهم فقالت الأنصار لئن أصبنا منهم يوماً من الدهر لنزيدن عليهم فلما كان يوم فتح مكة نادى رجل منهم لا يعرف لا قريش بعد اليوم و أنزل الله على نبيه صلى الله عليه و سلم: و إن عاقبتم فعاقبوا بمثل ما عوقبتم به و لئن صبرتم لهو خير للصابرين. فقال رسول الله صلى الله عليه و سلم: كفوا عن القوم كفوا عن القوم. قال الحافظ عيسى هو أبو المنيب العتكي.).

٢٢. شعب الايمان > السبعون من شعب الإيمان و هو باب في الصبر على المصائب و عما ت > السبعون من شعب الإيمان و هو باب في

الصبر على المصائب و عما ت
أخبرنا علي بن أحمد بن عبدان أنا أحمد بن عبيد الصفار نا ابن أبـــي قماش عن عسعس بن سلامة قال: كنا في الجبانة و معنا أبو حاضـــر الأسدي. فقال رجل من القوم وددت أن لنا في هذا الجبان قصر فيـــه من الطعام و اللباس ما يكفينا حتى الموت. أخبرنا ر: (أن رســـول الله صلى الله عليه و سلم فقد بعض أصحابه فسأل عنه. فقيل إنه قد تفـــرد في بعض هذه القفران يتعبد. فبعث إليه فأتي به، فقال ما حملك على ما صنعت ؟ فقال يا رسول الله كبرت سني و رق عظمي و قرب أجلـــي فأحببت أن أخلو بعبادة ربي. قال: فنادى رسول الله صلى الله عليه و سلم بأعلى صوته، و كان إذا أراد أن يعلم الناس أمراً نادى به فينا. ألا إن موطناً من مواطن المسلمين أفضل من عبادة الرجل وحده ســـتين سنة. قالها نادى بها ثلاثاً.)

٢٣. شعب الايمان > الخامس و العشرين من شعب الإيمان ــ و هو بـــاب في المناسك > فصل في الإحرام و التلبية و رفع الصوت بها

أخبرنا أبو نصر بن قتادة نا أبو محمد عبد الله بن أحمد بن سعد الحافظ نا أبو عبد الله محمد بن إبراهيم بن سعيد بن موسى بن عبد الـــرحمن العبدي اليوشنجي نا أحمد بن حنبل نا هشيم أنا داود عن أبي العاليـــة عن ابن عباس قال:: (مر رسول الله صلى الله عليه و ســـلم بـــوادي الأزرق فقال: أي وادي هذا ؟ فقالوا: وادي الأزرق. قال: كأني انظـــر إلى موسى بن عمران هابط من الثنية له جؤار إلى الله عـــز و جـــل بالتلبية ثم أتى على ثنية هرشي فقال: أي ثنية هـــذه ؟ قـــالوا: ثنيـــة هرشي. قال: كأني أنظر إلى يونس بن متى على ناقة حمراء جعـــدة عليها جبة صوف خطام ناقته خلبة و هو يلبي. قال هيثم يعني ليـــف. قال أبو عبد الله: و معنى التلبية إذا قال الملبي لبيك اللهم لبيك إنما هو جواب من الملبي لقوله حين نادى إبراهيم عليه السلام بالحج عن أمر الله عز و جل بقوله: و أذن في الناس بالحج و يروى أن من حج فهو ممن أجاب إبراهيم عليه السلام في أصلاب الرجال و بطون الأمهات

فأجابوه بلبيك اللهم لبيك فكانت شعار تلك الإجابة من كل حاج و معتمر فصارت جوابا.).

٢٤. شعب الايمان > الخامس و العشرين من شعب الإيمان ـ و هو باب في المناسك > فصل في الإحرام و التلبية و رفع الصوت بها
أخبرنا أبو نصر بن قتادة نا عبد الله نا محمد بن إبراهيم قال: سمعت ابن عائشة يقول: (معنى التلبية ها أنا إذ جئتك سريعاً ها أنا ذا عندك. قال: و نادى أعرابي غلاماً له فأبطأ عليه في الإجابة ثم أجاب فقال: لبيك. فقال الأعرابي: لب عمود جنبيك أي لزق به. قال الملبي: ها أنا ذا عندك في القرب بالإجابة كلزق العصا جنب المضروب.
قال الشيخ أحمد: قد رواه مسلم عن أحمد بن حنبل.).

٢٥. شعب الايمان > التاسع و العشرون من شعب الإيمان و هو باب في اداء خمس المغنم >
التاسع و العشرون من شعب الإيمان و هو باب في اداء خمس المغنم
أخبرنا علي بن أحمد بن عبدان نا أحمد بن عبيد الصفار نا عباس بن الفضل و محمد بن حيان بن راشد نا أبو الوليد ح.
و أخبرنا الفقيه أبو طالب عمر بن إبراهيم بن سعيد الوقاصي البغدادي بمكة نا أبو بكر أحمد بن جعفر بن حمدان القطيعي قال ن: (لما قتل نضر يوم خيبر نادى مناد من أهل خيبر قتل نفر من أصحاب رسول الله صلى الله عليه و سلم قالوا: فلان شهيد و فلان شهيد حتى ذكروا فقالوا فلان شهيد. فقال رسول الله صلى الله عليه و سلم: كلا إني رأيته في النار في عباءة غلها أو بردة غلها. فقال رسول الله صلى الله عليه و سلم: يا بن الخطاب أذهب فناد في الناس انه لا يدخل الجنة إلا المؤمنون. قال: فذهبت فناديت في الناس. أخرجه مسلم في الصحيح من وجه آخر عن عكرمة بن عمار.).

٢٦. شعب الايمان > التاسع و الأربعون من شعب الإيمان و هو باب في طاعة أولي الأمر > فصل في نصيحة الولاة و وعظهم
من الحسن. قال: إيه يا مبارك فقال: حدثنا الحسن عن عمران بن

حصين: (أن رسول الله صلى الله عليه و سلم قال:

إذا كان يوم القيامة نادى مناد من بطنان العرش ألا ليقومن العافون من الخلفاء إلى أكرم الجزاء فلا يقوم إلا من عفا. فقال الخليفة: أيها يا مبارك قد قبلت الحديث بقبوله و قد عفوت عنه فقال المأمون:و قد قبلت الحديث بقبوله و عفوت عنك ها هنا ها هنا يا عمر.).

٢٧. شعب الايمان > الخامس و الأربعون من شعب الإيمان وهو باب في إخلاص العمل لله >

أخبرنا أبو نصر قتادة أنا محمد بن أحمد بن حامد العطار نا أحمد بن الحسن بن عبد الجبار نا يحيى بن معين نا محمد بن بكر نا عبد الحميد بن جعفر حدثني أبي عن زياد بن عيسى عن أبي سعيد بن أبي فضالة الأنصاري وكان من الصحابة قال:: (سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول:

إذا جمع الله الأولين والآخرين يوم القيامة ليوم لا ريب فيه نادى مناد من كان أشرك في عمل الله أحداً فليطالب ثوابه من عنده فإن الله أغنى الشركاء عن الشرك.).

٢٨. شعب الايمان > الرابع عشر من شعب الإيمان و هو باب في حب النبي صلى الله عليه >

فصل ــ في إشادة الله عز و جل بذكر محمد صلى الله عليه و سلم قب

أخبرنا أبو منصور طاهر بن العباس بن منصور المروزي المقيم بمكة، أخبرنا ابن المظفر بن موسى البزاز، أخبرنا أبو جعفر الطحاوي، أخبرنا الحسين بن بكر حدثنا إسحاق بن سليمان، حدثنا صالح بن سعيد عن مقاتل بن حيان: (في قول الله عز و جل: و ما كنت بجانب الطور إذ نادينا إذ نادى أمتك و هم في أصلاب آباءهم أن يؤمنوا بك إذا بعثت.).

٢٩. شعب الايمان > الباب الثالث و العشرون من شعب الإيمان و هو: باب في الصيام > فصل ــ أخبار و حكايات في الصيام

أخبرنا أبو الحسن محمد بن الحسين العلوي أنا أبو الفضل السلمي نا

أبو عبد الله محمد بن عمران بن جعفر نا هدبة بن عبد الوهاب نا الوليد بن مسلم عن عبد الرحمن بن يزيد بن جابر قال:: (كنا نغازي و معنا عطاء الخراساني و كان يحيي الليل صلاة فإذا كان في جوف الليل نادى من فسطاطه: يا يزيد بن جابر يا عبد الرحمن بن زيد بن جابر يا هشام بن الغاز. قوموا فتوضئوا فصلوا قيام هذا الليل و صيام هذا النهار أهون من مقطعات الحديد و لباس القطران الوحا ثم الوحا النجا ثم النجا ثم يقبل على صلاته.).

٣٠. شعب الايمان > باب الحادي و العشرون من شعب الإيمان و هو باب في الصلوات >

تحسين الصلاة و الإكثار منها ليلاً و نهاراً و ما حضرنا عن الس

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ و أبو محمد بن أبي حامد المقري قالا ثنا أبو العباس محمد بن يعقوب ثنا الخضر بن أبان ثنا سيار بن حاتم ثنا جعفر بن سليمان الضبعي عن ثابت قال:: (كان النبي صلى الله عليه و سلم إذا أصابته خصاصة نادى بأهله صلوا صلوا قال ثابت: و كان الأنبياء إذا نزل بهم أمر فزعوا إلى الصلاة.).

٣١. شعب الايمان > الباب الثالث و العشرون من شعب الإيمان و هو: باب في الصيام > فضائل شهر رمضان

أخبرنا أبو عثمان سعيد بن محمد بن محمد بن عبدان ثنا أبو بكر محمد بن المؤمل بن الحسن بن عيسى ثنا أبو جعفر محمد بن أحمد بن عبد الجبار النسوي ثنا حميد بن زنجويه ثنا أبو أيوب الدمشقي ثنا ناشب بن عمرو الشيباني قال: و كان ثقة صائماً و قا: (عن رسول الله صلى الله عليه و سلم قال:

إذا كان أول ليلة من شهر رمضان فتحت أبواب الجنات فلم يغلق منها باب واحد الشهر كله و غلقت أبواب النار فلم يفتح منها باب واحد الشهر كله و غلت عتات الجن و نادى منادي من السماء كل ليلة إلى انفجار الصبح يا باغي الخير يمم و أبشر و يا بغي الشر أقصر، و انظر هل من مستغفر نغفر له، هل من تائب نتوب عليه هل من داعي

نستجيب له، هل من سائل نعطي سؤله، ولله تعالى عند كل فطر من شهر رمضان كل ليلة عتقاء من النار ستون ألفاً، فإذا كان يوم الفطر أعتق مثل ما أعتق في جميع الشهر ثلاثين مرة ستين ألفاً.).

٣٢. شعب الايمان > الباب الثالث و العشرون من شعب الإيمان و هو: باب في الصيام > تخصيص شهر رجب بالذكر

أخبرنا أبو الحسين بن بشران نا أحمد بن سلمان نا أحمد بن محمد بن دلان نا الوليد بن شجاع نا عثمان بن مطر عن عبد الغفور عن عبد العزيز بن سعيد عن أنس قال: (قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: من صام يوماً من رجب كان كصيام سنة و من صام سبعة أيام غلقت عنه سبعة أبواب جهنم و من صام ثمانية أيام فتحت له ثمانية أبواب الجنة و من صام عشرة أيام لن يسأل الله عز و جل شيئاً إلا أعطاه و من صام خمسة عشر يوماً نادى مناد من السماء قد غفرت لك ما سلف فاستأنف العمل قد بدلت سيئاتكم حسنات و من زاد زاده الله و في رجب حمل نوح في السفينة فصام نوح و أمر من معه أن يصوموا و جرت بهم السفينة ستة أشهر إلى آخر ذلك لعشر خلون من المحرم.

قال الإمام أحمد: و عندي حديث آخر في ذكر كل يوم من رجب و هو حديث موضوع لم أخرجه.).

٣٣. سنن البيهقي الكبرى > كتاب آداب القاضي > باب اجتهاد الحاكم فيما يسوغ فيه الاجتهاد و هو من أهل الاجتهاد

أخبرنا أبو نصر بن قتادة أنبأ علي بن الفضل بن محمد بن عقيل الخزاعي ثنا ابراهيم بن هاشم البغوي ثنا عبد الله بن محمد بن أسماء ثنا عمي جويرية بن أسماء عن نافع عن عبد الله قال:: (نادى فينا رسول الله صلى الله عليه و سلم يوم انصرف من الأحزاب: ألا لا يصلين أحد الظهر إلا في بني قريظة، قال: فتخوف ناس فوت الوقت فصلوا دون بني قريظة، و قال آخرون: لا نصلي إلا حيث أمرنا رسول الله صلى الله عليه و سلم و إن فاتنا الوقت، قال: فما عنف واحدا من الفريقين.

رواه البخاري و مسلم في الصحيح عن عبد الله بن محمد بن أسماء.).

٣٤. شعب الايمان > الحادي عشر من شعب الإيمان و هو باب في الخوف من الله تعالى >

الحادي عشر من شعب الإيمان و هو باب في الخوف من الله تعالى

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ، أنا أبو بكر بن محمد الصوفي بمرو، ثنا محمد بن يونس القرشي، ثنا إسماعيل بن نصر العبدي، قال:: (نادى مناد في مجلس صالح المري: ليقم الباكون المشتاقون إلى الجنة فقام أبو جهث فقال اقرأ يا صالح: وقدمنا إلى ما عملوا من عمل فجعلناه هباء منثورا * أصحاب الجنة يومئذ خير مستقرا وأحسن مقيلا فقال أبو جهث: أرددها يا صالح ! فما فرغ من الآية حتى مات أبو جهث.).

٣٥. شعب الايمان > التاسع من شعب الإيمان و هو باب في أن دار المؤمنين و مأواهم ا > فصل

في قوله عز و جل ـ " فوربك لنحشرنهم والشياطين ثم لنحضرنهم

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ، ثنا أبو بكر أحمد بن علي بن محمد القاضي، ثنا أحمد بن سلمة بن عبد الله البزار، ثنا عمران بن موسى القزاز، ثنا عبد الوراث، ثنا الجريري، عن أبي السليل، عن عقبة بن عامر، قال: (تمسك النار يوم القيامة حتى تبيض، كأنها متن أهالة فإذا استوت عليها أقدام الخلائق برهم و فاجرهم، نادى مناد أن خذي أصحابك، و دعي أصحابي، قال: فلهي أعرف بهم من الرجل بولده قال: فيخسف بهم و يخرج المؤمن منها ندية ثيابهم. كذا في الكتاب قال قال و لم يذكر قائله و هو معروف بكعب الأحبار.).

٣٦. شعب الايمان > التاسع من شعب الإيمان و هو باب في أن دار المؤمنين و مأواهم ا >

فصل في قوله عز و جل ـ " فوربك لنحشرنهم والشياطين ثم لنحضرنهم

أخبرنا أبو عبد الرحمن السلمي أنبا أبو الحسن الكارزي، أنا علي بن

عبد العزيز، عن أبي عبيد، ثنا يزيد، عن الجريري، عن أبي السليل، عن غينم بن قيس، عن أبي العوام، عن كعب قال:: (يجاء بجهنم يـــوم القيامة كأنها متن إهالة حتى إذا استوت عليك أقدام الخلائق، نادى مناد خـــذي أصـــحابك و دعـــي أصـــحابي قـــال: فيخـــسف بأولئـــك ؟ قال أبو عبيد: الإهالة: ما أذيب من الألية و الشحم، و مـــتن الإهالـــة: ظهرها إذا سكر (خطأ) الذائب منها في الإناء. فإنما شبه كعب سكون جهنم قبل أن يصير الكافر في جوفها بذلك.

و مما يبينه حديث خالد بن معدان قال أبو عبيد، ثنا مروان بن معاوية، ثنـــا بكار بن أبي مروان، عن خالد بن معدان قال: لما أدخل أهـــل الجنـــة قالوا يا ربنا ألم تكن وعدتنا الورود قال: نعم و لكنكم مررتم بجهنم و هي جامدة. قال: أبو عبيد و حدثنا الأشجعي عن سفيان، عن ثور، عن خالد بن معدان مثله إلا أنه قال خامدة.

قال أبو عبيد: و إنما أراد تأويل قوله تعالى: و إن منكم إلا واردهـــا. فيقول وردوها و لم يصبهم من حرهـــا شـــيء إلا ليبـــر الله قـــسمه. قال البيهقي رحمه الله: و قد يكون هذا الورود من وراء الصراط، كما قال: أبو الأحوص، عن عبد الله بن مسعود، وسماه باسم النـــار لأنـــه جسر جهنم، و منه يلقي فيها من يلقي، و منه تخطف الكلاليـــب مـــن تخطف، و عليه الحسك و ألوان العذاب ما عليـــه، إلا أن الله تعـــالى ينجي الذي اتقوا يعني بالجواز عنه و يذر الظالمين فيها جثياً أي فـــي جهنم جثياً على الركب بعد ما يلقي فيها من الـــصراط، و الله أعلـــم. و قد روينا في الحديث الثابت عن أبي سعيد الخدري عن النبي صلى الله عليه و سلم في حديث الرؤية قال: فينصب الجسر على جهـــنم، و يقولون اللهم سلم سلم قيل يا رسول الله و ما الجسر قال: دحض مزلة عليه خطاطيف و كلاليب و حسك ــ يكون و يسجر فيه شوك يقال له السعدان ــ فيمر المؤمن كطرف العين، و كالبرق، و كأجاويد الخيل و الركاب، فناج مسلم و مخدوش مرسل و مكدوس في النار خطأ جهـــنم حتـــــــى إذا خلـــــــص المؤمنـــــــون مـــــــن النـــــــار.

و في رواية عبد الله بن مسعود: فيمرون على قدر أعمالهم حتى يمــر الذي نوره على إبهام قدمه يجر يد و تعلق يد و يجر رجل و تــصيب جوانبه النار فيخلصون فإذا خلصوا قالوا: الحمد لله الذي نجانا منــك بعد الذي أراناك.

و قد ذكرنا إسنادهما مع ما يشهد لهما في الخامس من كتاب البعــث و الله أعلم.

و ذلك يبين ما قلناه في الورود أنه يحتمل أن يكون المراد به المــرور على الصراط. و الله أعلم ٠).

٣٧. شعب الايمان > الخامس عشر من شعب الإيمان و هو باب في تعظيم النبي صلى الله ع >

الخامس عشر من شعب الإيمان و هو باب في تعظيم النبي صلى الله ع

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ ثنا أبو بكر محمد بن المؤمل بن الحسن بن عيسى ثنا الفضل بن محمد الشعراني ثنا عبد الله بن محمد النفيلي ثنا محمد بن سلمة ثنا محمد بن إسحاق عن عبد الله بن أبي بكر عن أبي الزناد عن الأعرج عن أبي ه: (أن النبي صلى الله عليه و سلم نــادى أبي بن كعب و هو قائم يصلي فلم يجبه فقال: ما منعك أن تجيبني يــا أبي ؟ فقال: كنت أصلي. فقال: ألم يقل الله تبارك و تعالى: اســتجيبوا لله و للرسول إذا دعاكم لما يحييكم لا تخرج من المسجد حتى أعلمــك سورة ما أنزل الله في التوراة و الإنجيل و الزبور مثلها قال: أبي ثــم اتكأ على يدي حتى إذا كان بأقصى المسجد قلت: يا نبي الله قلت كذا و كذا قال: نعم هي أم القرآن و الذي نفس بيده ما أنزل الله في التوراة و الإنجيل و الزبور مثلها و إنها السبع الطوال التي أوتيت و إنها القرآن العظيم. و قد روى هذا في حديث أبي سعيد بن المعلى. قال الحليمــي رحمه الله:و قيل معنى الآية لا تجعلوا دعاء الرسول بيــنكم كــدعاء بعضكم بعضاً و ذلك أنه لما كان ينادونه على اسم أعرابيهم فيقولون له يا محمد يا أبا القاسم فنهوا عن ذلك و أمروا أن يعظــوه فيقولــوا يــا

رسول الله و يا نبي الله و كل واحد من الأمــرين إجــلال تعظــيم ا. هــ).

٣٨. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الشهادات > باب الأمر بالاشهاد

أخبرنا أبو عبد الله أخبرني أبو الحسن علي بن أحمد بن قرقوب التمار بهمذان ثنا ابراهيم بن الحسين ثنا أبو اليمان أخبرني شعيب بن أبــي حمزة عن الزهري عن عمارة بن خريمة أن عمه حدثه و كــان مــن أصحاب النبي صلى الله عليه و سلم ح و أخبــرن: (أن رســول الله صلى الله عليه و سلم ابتاع فرسا من رجل من الأعــراب، فاســتتبعه رسول الله صلى الله عليه و سلم ليقضي ثمن فرسه، فأسرع رسول الله صلى الله عليه و سلم المشي و أبطأ الأعرابي فطفق رجال يعترضون الأعرابي و يساومونه الفرس، و لا يشعرون أن رسول الله صــلى الله عليه و سلم قد ابتاعه، حتى زاد بعضهم الأعرابي في الــسوم، فلمــا زادوا نادى الأعرابي رسول الله صلى الله عليه و سلم: إن كنت مبتاعا هذا الفرس فابتعه، و إلا بعته، فقام رسول الله صلى الله عليه و ســلم حين سمع نداء الأعرابي حتى أتى الأعرابي فقال: أو ليس قد ابتعــت منك، قال: لا و الله ما بعتكه، قال: بل ابتعته منــك، فطفــق النــاس يلوذون برسول الله صلى الله عليــه و ســلم و بــالأعرابي و همــا يتراجعان، فطفق الأعرابي يقول: هلم شهيدا أني بايعتك، فقال خزيمة: أنا أشهد أنك بايعته، فأقبل رسول الله صلى الله عليــه و ســلم علــى خزيمة فقال: بم تشهد، قال: بتصديقك، فجعل رسول الله صلى الله عليه و سلم شهادة خزيمة شهادة رجلين.).

٣٩. سنن البيهقي الكبرى > كتاب آداب القاضي > باب كراهية الإمــارة و كراهية تولي أعمالها

لمن رأى من نفسه ضعف

و أخبرنا أبو عبد الله أخبرني محمد بن الحسن بن الحسين بن منصور ثنا أبي ثنا محمد بن عبد الوهاب قال: سمعت الحسين بــن منــصور يقول:: (دخلت على يحيى بن يحيى فسلمت فلم يلتفت إلــي، فجلــست

ناحية حتى تفرق الناس، فدنوت و قبلت رأسه فقلت: يا أستاذ أي جناية جنيتها، قال: بلى جنيت جناية و ركبت ذنبا عظيما، فقلت: ما هي، قال: أرأيت إذا نادى المنادي يوم القيامة: أين أصحاب عبد الله بن طاهر، ألست ممن يؤخذ في العدالة، قال: فقلت: أستغفر الله و أتوب إليه، قال: فدنا مني و عانقني، و قال: الآن أنت أخي).

٤٠. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الضحايا > باب ما يكره أن يتكنى به

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ و أبو سعيد بن أبي عمرو قالا ثنا أبو العباس محمد بن يعقوب ثنا محمد بن هشام بن ملاس النميري ثنا مروان بن معاوية الفزاري ثنا حميد قال: قال أنس:: (نادى رجل بالبقيع: يا أبا القاسم، فالتفت إليه رسول الله صلى الله عليه و سلم، فقال: يا رسول الله لم أعنك، إنما عنيت فلانا، فقال: تسموا باسمي و لا تكنوا بكنيتي.

رواه مسلم في الصحيح عن ابن أبي عمر و أبي كريب عن مروان).

٤١. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الضحايا > باب ما جاء في أكل لحوم الحمر الأهلية

و في مثل هذا الحديث الذي أخبرنا أبو الحسن علي بن محمد المقرىء أنبأ الحسن بن محمد بن اسحاق ثنا يوسف بن يعقوب القاضي ثنا محمد بن أبي بكر ح و أخبرنا أبو عبد الله الحافظ أخبرني أبو عمرو بن أبي جعفر ثنا عمران بن موسى ثنا أبو كامل: (أصابتنا مجاعة ليالي خيبر، قال: فلما كان يوم خيبر وقعنا في الحمر الأهلية فانتحرناها، فلما غلت بها القدور، نادى منادي رسول الله صلى الله عليه و سلم: اكفئوا القدور، و لا تأكلوا من لحوم الحمر شيئا، قال: فقال ناس: إنما نهى عنها رسول الله صلى الله عليه و سلم لأنها لم تخمس، و قال الآخرون: نهى عنها البتة. لفظ حديث أبي كامل. و في رواية ابن أبي بكر: و قال ناس: حرمها البتة.

رواه البخاري في الصحيح عن موسى بن اسمعيل عن عبد الواحد. و رواه مسلم عن أبي كامل).

٤٢. سنن البيهقي الكبرى > كتاب آداب القاضي > باب القاضي يكف كل واحد من الخصمين عن
عرض صاحبه
أخبرنا أبو عبد الله الحافظ أنبأ أبو عبد الله بن يعقوب ثنا يحيى بن محمد بن يحيى ثنا أحمد بن يونس ثنا زهير ثنا أبو الزبير عن جابر قال:: (اقتتل غلامان، غلام من المهاجرين و غلام من الأنصار، فنادى المهاجري: يا للمهاجرين، و نادى الأنصاري يا للأنصار، فخرج رسول الله صلى الله عليه و سلم، قال: ما هذا، أدعوى الجاهلية، قالوا: لا يا رسول الله، إلا أن غلامين اقتتلا فكسع واحد منهما الآخر، قال: فلا بأس، و لينصر الرجل أخاه ظالما أو مظلوما، إن كان ظالما فلينهه فإنه له نصر، أو كلمة نحوها، و إن كان مظلوما فلينصره. رواه مسلم في الصحيح عن أحمد بن يونس.).

٤٣. سنن البيهقي الكبرى > كتاب السير > باب ما جاء في كراهية أخذ الجعائل و ما جاء في
الرخصة فيه من
أخبرنا أبو علي الروذباري أنبأ أبو بكر بن داسة ثنا أبو داود ثنا اسحاق بن ابراهيم الدمشقي أبو النضر ثنا محمد بن شعيب أخبرني أبو زرعة يحيى بن أبي عمرو السيباني عن عمرو بن عبد الله أنه حدثه عن واثلة بن الأسقع رضي الله عنه قال:: (نادى رسول الله صلى الله عليه و سلم في غزوة تبوك، فخرجت إلى أهلي، و أقبلت و قد خرج أول صحابة رسول الله صلى الله عليه و سلم، فطفقت في المدينة أنادي: ألا من يحمل رجلا له سهمه، فنادى شيخ من الأنصار قال: لنا سهمه على أن نحمله عقبة، و طعامه معنا، قلت: نعم، قال: فسر على بركة الله، فخرجت مع خير صاحب حتى أفاء الله علينا، فأصابني قلائص فسقتهن حتى أتيته، فخرج فقعد على حقيبة من حقائب إبله ثم قال: سقهن مدبرات، ثم قال: سقهن مقبلات، فقال: ما أرى قلائصك إلا كراما، قال: إنما هي غنيمتك التي شرطت، قال: خذ قلائصك ابن

أخي، فغير سهمك أردنا. قال الشيخ رحمه الله فغير سهمك أردنا، يشبه أن يكون أراد أنا لم نقصد بما فعلنا الإجارة، و إنما قصدنا الاشـتراك في الأجر و الثواب. و الله اعلم.).

٤٤. سنن البيهقي الكبرى > كتاب السير > باب المبارزة

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ ثنا أبو العباس محمد بن يعقوب ثنا أحمد بن عبد الجبار ثنا يونس بن بكير عن ابن اسحاق قال:: (خرج يعني يوم الخندق عمرو بن عبد ود فنادى: من يبارز، فقام علي رضي الله عنه و هو مقنع في الحديد، فقال: أنا لها يا نبي الله، فقال: إنه عمرو، اجلس، و نادى عمرو: ألا رجل، و هو يؤنبهم و يقول: أين جنتكم التي تزعمون أنه من قتل منكم دخلها، أفلا يبرز إلي رجل، فقام علي رضي الله عنه فقال: أنا يا رسول الله صلى الله عليه و سلم، فقال: اجلس، ثم نادى الثالثة و ذكر شعرا، فقام علي فقال: يا رسول الله صلى الله عليه و سلم أنا، فقال: إنه عمرو، قال: و إن كان عمرو، فأذن له رسول الله صلى الله عليه و سلم فمشى إليه حتى أتاه و ذكر شعرا، فقال له عمرو: من أنت، قال: أنا علي، قال: ابن عبد مناف، فقال: أنا علي بن أبي طالب، فقال: غيرك يا ابن أخي من أعمامك من هو أسن منك، فإني أكره أن أهريق دمك، فقال علي رضي الله عنه: لكني و الله ما أكره أن أهريق دمك، فغضب، فنزل و سل سيفه كأنه شعلة نار، ثم أقبل نحو علي رضي الله عنه مغضبا، و استقبله علي رضي الله عنه بدرقته، فضربه عمرو في الدرقة فقدها و أثبت فيها السيف و أصاب رأسه فشجه، و ضربه علي رضي الله عنه على حبل العاتق فسقط، و ثار العجاج، و سمع رسول الله صلى الله عليه و سلم التكبير، فعرف أن عليا رضي الله عنه قد قتله.).

٤٥. سنن البيهقي الكبرى > كتاب السير > باب المبارزة

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ ثنا أبو العباس محمد بن يعقوب ثنا أحمد بن عبد الجبار ثنا يونس بن بكير عن ابن اسحاق قال: حدثني يزيد بن رومان عن عروة بن الزبير، و حدثني الزهري و محمد بن يحيى بن

حبان و عاصم بن عمر بن قتادة: (ثم خرج عتبة بن ربيعة و شيبة بن ربيعة و الوليد بن عتبة، فدعوا إلى البراز، فخرج إليهم فتية من الأنصار ثلاثة، فقالوا: ممن أنتم، قالوا: رهط من الأنصار، قالوا: ما بنا إليكم حاجة، ثم نادى مناديهم: يا محمد صلى الله عليه و سلم أخرج إلينا أكفاءنا من قومنا، فقال رسول الله صلى الله عليه و سلم: قم يا حمزة، قم يا علي، قم يا عبيدة، فلما قاموا و دنوا منهم قالوا: ممن أنتم، قال حمزة: أنا حمزة بن عبد المطلب، و قال علي: أنا علي بن أبي طالب، و قال عبيدة: أنا عبيدة بن الحارث، فقالوا: نعم أكفاء كرام، فبارز عبيدة عتبة فاختلفا ضربتين كلاهما أثبت صاحبه، و بارز حمزة شيبة فقتله مكانه، و بارز علي الوليد فقتله مكانه، ثم كرا على عتبة فذففا عليه و احتملا صاحبهما فحازوه إلى الرحل.
قال الشافعي رحمه الله: و بارز محمد بن مسلمة مرحبا يوم خيبر بأمر النبي صلى الله عليه و سلم، و بارز يومئذ الزبير بن العوام رضي الله عنه ياسرا.).

٤٦. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الضحايا > باب ما جاء في الفرع و العتيرة

أخبرنا أبو علي الحسين بن محمد الروذباري أنبأ محمد بن بكر ثنا أبو داود ثنا مسدد و نصر بن علي عن بشر بن المفضل، المعنى، ثنا خالد الحذاء عن أبي قلابة عن أبي المليح قال: قال نبيشة:: (نادى رجل رسول الله صلى الله عليه و سلم فقال: إنا كنا نعتر عتيرة في الجاهلية في رجب، فما تأمرنا، قال: اذبحوا لله في أي شهر كان، و بروا لله و أطعموا، قال: إنا كنا نفرع فرعا في الجاهلية، فما تأمرنا، قال: في كل سائمة فرع تغذوه ماشيتك، حتى إذا استحمل ذبحته فتصدقت بلحمه، قال خالد: أحسبه قال: على ابن السبيل، فإن ذلك خير، قال خالد: قلت لأبي قلابة: كم السائمة، قال: مائة.
كذا قاله أبو قلابة.).

٤٧. سنن البيهقي الكبرى > كتاب السير > باب لا يقطع من غل في الغنيمة

و لا يحرق متاعه و من قال يحرق

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ أخبرني أحمد بن محمد العنزي ثنا عثمان بن سعيد الدارمي ثنا محبوب بن موسى أنبأ أبو اسحاق الفزاري عن عبد الله بن شوذب حدثني عامر بن عبد الواحد عن عبد الله بن بريدة عن عبد الله بن عمرو رضي الله عنه: (كان رسول الله صلى الله عليه و سلم إذا أصاب غنيمة أمر بلالا فنادى في الناس، فيجيئون بغنائمهم فيخمسها و يقسمها، فجاء رجل بعد ذلك بزمام من شعر فقال: يا رسول الله هذا فيما كنا أصبناه من الغنيمة، قال: أسمعت بلالا نادى، ثلاثا، قال: نعم، قال: فما منعك أن تجيء به، قال: فاعتذر، قال: كن أنت تجيء به يوم القيامة، فلن أقبله منك. و قد مضى في الباب قبله حديث عبد الله بن عمر و في كركرة، و لم يذكر في شيء من هذه الروايات أن النبي صلى الله عليه و سلم أمر بتحريق متاع الغال).

٤٨. سنن البيهقي الكبرى > كتاب النكاح > باب ما أبيح له من الحكم لنفسه و قبول قول من شهد له بقوله

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ ثنا أبو العباس محمد بن يعقوب أنبأ أبو أسامة عبد الله بن محمد بن أسامة الحلبي ثنا الحجاج بن أبي منيع الرصافي حدثني جدي عن الزهري قال حدثني عمارة بن خزيمة أن عمه أخبره، و كان من أصحاب رسول الله صلى الل: (أن رسول الله صلى الله عليه و سلم ابتاع فرساً من رجل من الأعراب، فاستتبعه ليقضيه ثمن فرسه، فأسرع رسول الله صلى الله عليه و سلم المشي و أبطأ الأعرابي، و طفق رجال يعترضون الأعرابي فساوموه بالفرس و لا يشعرون أن رسول الله صلى الله عليه و سلم قد ابتاعه، حتى زاد بعضهم الأعرابي في السوم على ثمن الفرس الذي ابتاعه رسول الله صلى الله عليه و سلم، فلما زاده نادى الأعرابي رسول الله صلى الله عليه و سلم فقال: إن كنت مبتاعاً هذا الفرس فابتعه أو لأبيعنه، فقام رسول الله صلى الله عليه و سلم حين سمع نداء الأعرابي حتى أتاه الأعرابي فقال له: أولست قد ابتعته منك، فقال الأعرابي: لا و الله ما

بعتك، قال: فقال رسول الله صلى الله عليه و سلم: بلى قد ابتعته منك، فطفق الناس يلوذون برسول الله صلى الله عليه و سلم و بالأعرابي و هما يتراجعان، و طفق الأعرابي يقول: هلم شهيداً يشهد أني بايعتك، فمن جاء من المسلمين قال للأعرابي: و يلك إن رسول الله صلى الله عليه و سلم لم يكن يقول إلا حقا، حتى جاء خزيمة فاستمع ما يراجع رسول الله صلى الله عليه و سلم و يراجع الأعرابي، و طفق الأعرابي يقول: هلم شهداء يشهدون أني بايعتك، قال خزيمة: أنا أشهد أنك قد بايعته، فأقبل رسول الله صلى الله عليه و سلم على خزيمة قال: بم تشهد، قال: بصديقك يا رسول الله، فجعل رسول الله صلى الله عليه و سلم شهادة خزيمة شهادة رجلين. و الله أعلم.).

٤٩. سنن البيهقي الكبرى > كتاب قتال أهل البغي > باب أهل البغي إذا فاءوا لم يتبع مدبرهم و لم يقتل أسيرهم و لم

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ ثنا محمد بن صالح بن هانيء ثنا أبو سعيد محمد بن شاذان ثنا علي بن حجر ثنا شريك عن السدي عن يزيد بن ضبيعة العبسي قال:: (نادى منادي عمار، أو قال: علي يوم الجمل و قد ولى الناس: ألا لا يذاف على جريح، و لا يقتل مولي، و من ألقى السلاح فهو آمن، فشق علينا ذلك.).

٥٠. سنن البيهقي الكبرى > كتاب قتال أهل البغي > باب ما جاء في قتال أهل البغي و الخوارج

أخبرنا محمد بن عبد الله الحافظ ثنا أبو بكر إسماعيل بن محمد الضرير بالري ثنا محمد بن الفرج ثنا عبيد الله بن موسى ثنا الأعمش ح قال و أنبأ أحمد بن جعفر ثنا عبد الله بن أحمد بن حنبل حدثني أبي ثنا وكيع ثنا الأعمش عن زي: (كنت جالساً معه في ظل الكعبة و هو يحدث الناس يقول: كنا مع رسول الله صلى الله عليه و سلم في سفر، فنزلنا منزلاً، فمنا من يضرب خباءه و منا من هو في جشره، و منا من ينتضل إذ نادى منادى رسول الله صلى الله عليه و سلم: الصلاة جامعة، قال: فانتهيت إليه و هو يخطب الناس و يقول: أيها الناس إنه

لم يكن نبي قبلي إلا كان حقا عليه أن يدل أمته على ما يعلمه خيراً لهم و ينذرهم ما يعلمه شرا لهم، ألا و إن عافية هذه الأمة في أولها، و سيصيب آخرها بلاء و فتن يدفق بعضها بعضاً، تجيء الفتن فيقول المؤمن: هذه مهلكتي، ثم تنكشف، ثم تجيء فيقول: هذه هذه، ثم تجيء فيقول: هذه هذه، ثم تنكشف، فمن أحب أن يزحزح عن النار و يدخل الجنة، فلتدركه منيته و هو يؤمن بالله و اليوم الآخر و يأتي إلى الناس ما يحب أن يؤتى إليه، و من بايع إماماً فأعطاه صفقة يده و ثمرة قلبه فليطعه إن استطاع، و قال مرة: ما استطاع أظنه قال: فإن جاء أحد ينازعه فاضربوا عنق الآخر، فلما سمعتها أدخلت رأسي بين رجلين فقلت: إن ابن عمك معاوية يأمرنا أن نقتل أنفسنا و أن نأكل أموالنا بيننا بالباطل، و الله عز و جل يقول: و لا تقتلوا أنفسكم و لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل قال: فوضع جمعه على جبهته ثم نكس، ثم رفع رأسه فقال: أطعه في طاعة الله و اعصه في معصية الله، قلت: أنت سمعت هذا من رسول الله صلى الله عليه و سلم، قال: نعم سمعته أذناي و وعاه قلبي. لفظ حديث وكيع. رواه مسلم في الصحيح عن أبي بكر بن أبي شيبة و غيره عن وكيع.).

٥١. سنن البيهقي الكبرى > كتاب قتال أهل البغي > باب لا يبدأ الخوارج بالقتال حتى يسألوا ما نقموا ثم يؤمروا با

خبرنا أبو الحسين بن بشران العدل ببغداد أنبأ أبو جعفر محمد بن عمرو الرزاز ثنا يحيى بن جعفر ثنا وهب بن جرير ثنا جويرية بن أسماء قال أراه عن يحيى بن سعيد قال حدثني عمي أو عم لي قال:: (لما توافقنا يوم الجمل و قد كان علي رضي الله عنه حين صفنا نادى في الناس: لا يرمين رجل بسهم، و لا يطعن برمح، و لا يضرب بسيف، و لا تبدءوا القوم بالقتال، و كلموهم بألطف الكلام، و أظنه قال: فإن هذا مقام من فلج فيه فلج يوم القيامة، فلم نزل وقوفاً حتى تعالى النهار، حتى نادى القوم بأجمعهم يا ثارات عثمان رضي الله عنه، فنادى علي رضي الله عنه محمد ابن الحنفية و هو أمامنا و معه

اللواء، فقال: يا ابن الحنفية ما يقولون، فأقبل علينا محمد ابن الحنفية فقال: يا أمير المؤمنين، يا ثارات عثمان، فرفع علي رضي الله عنه يديه، فقال: اللهم كب اليوم قتلة عثمان لوجوههم.).

٥٢. سنن البيهقي الكبرى > كتاب السير > باب من ليس للامام أن يغزو به بحال

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ ثنا أبو العباس ثنا أحمد بن عبد الجبار ثنا يونس بن بكير عن ابن اسحاق في قصة تبوك قال:: (فلما بلغ رسول الله صلى الله عليه و سلم الثنية، نادى منادي رسول الله صلى الله عليه و سلم أن خذوا بطن الوادي فهو أوسع عليكم، فإن رسول الله صلى الله عليه و سلم قد أخذ الثنية، و كان معه حذيفة بن اليمان و عمار بن ياسر رضي الله عنهما، و كره رسول الله صلى الله عليه و سلم أن يزاحمه في الثنية أحد، فسمعه ناس من المنافقين فتخلفوا، ثم اتبعه رهط من المنافقين، فسمع ذلك رسول الله صلى الله عليه و سلم حس القوم خلفه، فقال لأحد صاحبيه: اضرب وجوههم، فلما سمعوا ذلك و رأوا الرجل مقبلا نحوهم، و هو حذيفة بن اليمان، انحدروا جميعا، و جعل الرجل يضرب رواحلهم، و قالوا: إنما نحن أصحاب أحمد، و هم متلثمون لا يرى شيء إلا أعينهم، فجاء صاحبه بعدما انحدر القوم فقال: هل عرفت الرهط، فقال: لا و الله يا نبي الله، و لكني قد عرفت رواحلهم، فانحدر رسول الله صلى الله عليه و سلم من الثنية، و قال لصاحبيه: هل تدرون ما أراد القوم، أرادوا أن يزحموني من الثنية فيطرحوني منها، فقالا: أفلا تأمرنا يا رسول الله فنضرب أعناقهم إذا اجتمع إليك الناس، فقال: أكره أن يتحدث الناس أن محمدا قد وضع يده في أصحابه يقتلهم، و ذكر القصة.).

٥٣. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الحج > باب ميقات أهل المدينة و الشام و نجد و اليمن

حدثنا أبو الحسن العلوي إملاء أنبأ عبد الله بن محمد بن شعيب البزمهراني ثنا أحمد بن حفص بن عبد الله حدثني أبي حدثني إبراهيم

بن طهمان عن أيوب بن أبي تميمة عن نافع عن ابن عمر أنه قـــال:: (نادى رجل رسول الله صلى الله عليه و سلم و هو في المسجد فقـــال: من أين تأمرنا أن نهل يا رسول الله، فقال رسول الله صلى الله عليه و سلم: يهل أهل المدينة من ذي الحليفة و يهل أهل الشام من الجحفة، و يهل أهل نجد من قرن. قال: و يقولون: و أهل اليمن من يلملم.).

٥٤. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الحج > باب ما يلبس المحرم من الثياب

خبرنا أبو الحسن علي بن محمد المقرىء أنبأ الحسن بن محمـــد بـــن إسحاق ثنا يوسف بن يعقوب ثنا سليمان بن حرب ثنا حماد بن زيد ح و أخبرنا أبو عبد الله الحافظ حدثني أبو حفص عمر بن عبد العزيز بن مسعود الفقيه أنبأ الحسن بن سفيان ثنا ا: (نادى رجل رسول الله صلى الله عليه و سلم و هو يخطب و هو بذاك المكان، و أشار نافع إلى مقدم المسجد، قال: يا رسول الله ما يلبس المحرم من الثياب، قال: لا يلبس السراويل و لا العمامة و لا القميص و لا الخفـــين، إلا أحـــد لا يجـــد نعلين، فليقطعهما فليلبسهما أسفل من الكعبين، و لا شيء من الثيـــاب مـــسه ورس و زعفـــران و لا البـــرنس. لفـــظ حـــديث المقـــدمي. و في رواية سليمان: أن رجلاً سأل النبي صلى الله عليه و سلم: مـــا يلبس المحرم، فقال: لا يلبس، فذكره. رواه البخاري في الصحيح عن قتيبة عن حماد مختصراً.

رواه سفيان الثوري عن أيوب فزاد فيه القباء و هو صحيح محفوظ من حديث سفيان الثوري عن أيوب.).

٥٥. سنن البيهقي الكبرى > كتاب البيوع > باب النهي عن النجش

أخبرنا أبو عبد الرحمن السلمي و أبو نصر عمر بن عبد العزيز بـــن قتادة قالا أنا محمد يحيى بن منصور القاضي أنا أبو مسلم ح و أخبرنا أبو نصر بن قتادة و أبو منصور الفقيه و أبو القاسم عبد الرحمن بـــن علي بن حمدان و أبو نصر أحمد بن عبد ال: (أن النبي صلى الله عليه و سلم نادى على حلس و قدح فيمن يزيد، فأعطـــاه رجـــل درهمـــاً و أعطاه آخر درهمين فباعه.).

٥٦. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلح > باب صلح الإبراء و الحطيطة و ما جاء في الشفاعة

٥٧. في ذلك أخبرنا أبو عبد الله الحافظ و أبو زكريا يحيى بن أبي إسحاق المزكي و أبو بكر أحمد بن الحسن القاضي قالوا ثنا أبو العباس محمد بن يعقوب ثنا بحر بن نصر ثنا ابن وهب أخبرني يونس بن يزيد عن ابن شهاب قال حدثني عبد الله بن كعب بن مال: (أن كعب بن مالك أخبره أنه تقاضى ابن أبي حدرد ديناً كان له في عهد رسول الله صلى الله عليه و سلم في مسجد، فارتفعت أصواتهما حتى سمعها رسول الله صلى الله عليه و سلم و هو في بيته فخرج إليهما رسول الله صلى الله عليه و سلم حتى كشف ستر حجرته و نادى كعب بن مالك فقال: يا كعب، قال: لبيك يا رسول الله، فأشار إليه بيده أن ضع الشطر من دينك قال كعب: قد فعلت يا رسول الله، قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: قم فاقضه رواه البخاري في الصحيح عن أحمد هو ابن صالح. و رواه مسلم عن حرملة كلاهما عن ابن و هب.).

٥٨. سنن البيهقي الكبرى > كتاب قسم الفيء والغنيمة > باب بيان مصرف الغنيمة في ابتداء الإسلام وأنها كانت لرسول الله

أخبرنا أبو علي الروذباري أنا محمد بن بكر ثنا أبو داود ثنا أبو صالح محبوب بن موسى أنا أبو إسحاق الفزاري عن عبد الله بن شوذب حدثني عامر بن عبد الواحد عن ابن بريدة عن عبد الله بن عمرو قال:: (كان رسول الله صلى الله عليه وسلم إذا أصاب غنيمةً أمر بلالاً فينادي في الناس فيجيئون بغنائمهم فيخمسها ويقسمها، فجاء رجل بعد ذلك بزمام من شعر فقال: يا رسول الله هذا فيما كنا أصبناه من الغنيمة، فقال: أسمعت بلالاً نادى، ثلاثاً، قال: نعم، قال: فما منعك، أن تجيء به، فاعتذر، فقال: كن أنت تجيء به يوم القيامة، فلن أقبله عنك.).

٥٩. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب الوتر بركعة واحدة و من أجاز أن يصلي ركعة واحدة تطوعا

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ و أبو سعيد بن أبي عمرو قالا ثنا أبو العباس محمد بن يعقوب ثنا أحمد بن عبد الحميد الحارثي ثنا أبو أسامة عن الوليد بن كثير قال حدثني عبيد الله بن عبد الله بن عمر أن ابن عمر حدثهم: (أن رجلاً نادى رسول الله صلى الله عليه و سلم و هو في المسجد فقال: يا رسول الله كيف أوتر صلاة الليل، فقال رسول الله صلى الله عليه و سلم: من صلى فليصل مثنى مثنى، فإن خشي أن يصبح سجد سجدةً فأوترت له ما صلى. رواه مسلم في الصحيح عن أبي كريب و غيره عن أبي أسامة.).

٦٠. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب ترك الجماعة بعذر المطر و في الليل بعذر الريح أو البرد مع

أخبرنا أبو علي الروذباري أنبأ أبو بكر بن داسة ثنا أبو داود ثنا النفيلي ثنا محمد بن مسلمة عن محمد بن إسحاق عن نافع عن ابن عمر قال:: (نادى منادي رسول الله صلى الله عليه و سلم بذلك بالمدينة في الليلة المطيرة و الغداة القرة.).

٦١. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب ترك الجماعة بعذر المطر و في الليل بعذر الريح أو البرد مع

و أخبرنا أبو عبد الله الحافظ و أبو محمد بن أبي حامد المقرىء قالا ثنا أبو العباس محمد بن يعقوب ثنا الحسن بن علي بن عفان العامري ثنا محمد بن عبيد الطنافسي عن عبيد الله بن عمر عن نافع أن: (ابن عمر نادى بالصلاة في ليلة ذات برد و ريح ثم قال في آخر ندائه: ألا صلوا في رحالكم، ألا صلوا في الرحال، فإن رسول الله صلى الله عليه و سلم كان يأمر المؤذن إذا كانت ليلة باردة أو ذات مطر أو ذات ريح في سفر يقول: ألا صلوا في الرحال. أخرجاه في الصحيح من حديث عبيد الله.).

٦٢. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب ترك الجماعة بعذر المطر و في الليل بعذر الريح أو البرد مع

و أخبرنا محمد بن عبد الله الحافظ ثنا أبو العباس محمد بن يعقوب أنبأ

محمد بن إسحاق الصغاني ثنا محمد بن عبد الله بن نمير ثنا أبي ثنا عبيد الله بن عمر عن نافع عن ابن عمر: (أنه نادى بالصلاة في ليلة ذات برد و ريح و مطر فقال في آخر أذانه: ألا صلوا في الرحال، ثم قال: إن رسول الله صلى الله عليه و سلم كان يأمر المؤذن إذا كانت ليلة باردة أو ذات مطر في السفر: ألا صلوا في رحالكم.

رواه مسلم في الصحيح عن محمد بن عبد الله بن نمير. و أخرجه البخاري من وجه آخر عن عبيد الله

٦٣. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصيام > باب في فضل شهر رمضان و فضل الصيام على سبيل الاختصار

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ أنبأ عمرو عثمان بن أحمد بن السماك ببغداد ثنا أحمد بن عبد الجبار ثنا أبو بكر بن عياش عن الأعمش عن أبي صالح عن أبي هريرة قال:: (قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: إذا كان أول ليلة من رمضان صفدت الشياطين مردة الجن، و غلقت أبواب النار فلم يفتح منها باب، و فتحت أبواب الجنان فلا يغلق منها باب، و نادى مناد يا باغي الخير أقبل و يا باغي الشر أقصر، و لله عتقاء من النار.).

٦٤. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب الأذان و الإقامة للفائتة

و أخبرنا أبو محمد عبد الله بن يوسف الأصبهاني ثنا أبو بكر محمد بن الحسين القطان ثنا إبراهيم بن الحارث البغدادي ثنا يحيى بن أبي كثير ثنا سليمان بن المغيرة حدثني ثابت البناني عن عبد الله بن رباح عن أبي قتادة،: (فذكر الحديث بطوله في نومهم عن الصلاة حتى طلعت الشمس و فيه: ثم نادى بلال بالصلاة، فصلى رسول الله صلى الله عليه و سلم ركعتين ثم صلى صلاة الغداة فصنع كما كان يصنع كل يوم.

رواه مسلم في الصحيح عن شيبان بن فروخ عن سليمان و قال في الحديث: ثم أذن بلال بالصلاة

٦٥. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب الأذان و الإقامة للفائتة

أخبرنا محمد بن عبد الله الحافظ ثنا أبو الفضل الحسن بن يعقوب العدل

ثنا يحيى بن أبي طالب ثنا عبد الوهاب بن عطاء أنا عوف بن أبي جميلة عن أبي رجاء العطاردي عن عمران بن حصين قال:: (كنا في سفر مع النبي صلى الله عليه و سلم، فذكر الحديث في نومهم عن الصلاة قال: فلما استيقظ شكونا إليه الذي أصابنا فقال: لا ضير أو لا ضرر ــ شك عوف ــ فقال: ارتحلوا، فارتحل رسول الله صلى الله عليه و سلم و سار غير بعيد، فنزل فدعا بوضوء و نادى بالصلاة فصلى بالناس. رواه مسلم في الصحيح عن إسحاق بن إبراهيم عن النضر بن شميل عن عوف.).

٦٦. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب ما يجوز من قراءة القرآن والذكر في الصلاة يريد به جوابا أ

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ ثنا علي بن حمشاذ العدل ثنا محمد بن عثمان بن أبي شيبة ثنا يحيى بن عبد الحميد ثنا شريك عن عمران بن ظبيان عن أبي تحيى يعني حكيم بن سعد، قال:: (نادى رجل من الغالين علياً رضي الله عنه وهو في صلاة الفجر فقال: ولقد أوحي إليك وإلى الذين من قبلك لئن أشركت ليحبطن عملك ولتكونن من الخاسرين فأجابه علي رضي الله عنه وهو في الصلاة: فاصبر إن وعد الله حق ولا يستخفنك الذين لا يوقنون.).

٦٧. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب لا تفريط على من نام عن صلاة أو نسيها حتى ذهب وقتها وعليه

أخبرنا أبو طاهر الفقيه و أبو محمد عبد الله بن يوسف قالا أنبأ أبو بكر محمد بن الحسين القطان ثنا إبراهيم بن الحارث البغدادي ثنا يحيى بن أبي بكير ثنا سليمان بن المغيرة حدثني ثابت البناني عن عبد الله بن رباح عن أبي قتادة فذ: (فمال النبي صلى الله عليه وسلم عن الطريق فوضع رأسه ثم قال: احفظوا علينا صلاتنا، فكان أول من استيقظ النبي صلى الله عليه وسلم والشمس في ظهره فقمنا فزعين فقال: اركبوا، فسرنا حتى ارتفعت الشمس ثم دعا بميضأة كانت معي فيها شيء من ماء فتوضأنا منها، وذكر الحديث، قال: ثم نادى بلال بالصلاة فصلى

رسول الله صلى الله عليه وسلم ركعتين، ثم صلى صلاة الغداة فصنع كما كان يصنع كل يوم ثم ركب النبي صلى الله عليه وسلم وركبنا فجعل بعضنا يهمس إلى بعض: ما كفارة ما صنعنا بتفريطنا في صلاتنا، فقال النبي صلى الله عليه وسلم: ما هذا الذي تهمسون دوني، فقلنا: يا نبي الله تفريطنا في صلاتنا، فقال: أما لكم في أسوة، ثم قال: إنه ليس في النوم تفريط، إنما التفريط على من لم يصل الصلاة حتى يجيء وقت الأخرى، فإذا كان ذلك فليصلها حين يستيقظ، فإذا كان من الغد فليصلها عند وقتها. وذكر باقي الحديث، ثم قال عبد الله بن رباح: إني لأحدث بهذا الحديث في المسجد الجامع فقال لي عمران بن الحصين: انظر أيها الفتى كيف تحدث فإني لأحد الركب تلك الليلة، قلت: يا أبا نجيد حدث أنت أعلم بالحديث، قال: ممن أنت. قلت: من الأنصار، قال: فأنتم أعلم بالحديث، فحدثت القوم فقال عمران: لقد شهدت تلك الليلة فما شعرت أن أحداً حفظه كما حفظته. رواه مسلم في الصحيح عن شيبان بن فروخ عن سليمان بن المغيرة و قال: فمن فعل ذلك فليصلها حين ينتبه لها، فإذا كان الغد فليصلها عند وقتها. وإنما أراد و الله أعلم ليبين أن وقتها لم يتحول إلى ما بعد طلوع الشمس، فإذا كان الغد صلاها عند وقتها يعني صلاة الغد.

وقد حمله بعضهم عن عبد الله بن رباح على الوهم).

٦٨. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب ذكر البيان أن هذا النهي مخصوص ببعض الأمكنة دون بعض

و أنبأ أبو الحسن بن عبدان أنبأ أحمد بن عبيد الصفار ثنا أبو علي بن سختويه ثنا سعيد بن سليمان ثنا عبد الله بن المؤمل:: (فذكره بإسناده قال: قدم علينا أبو ذر رضي الله عنه، فأخذ بحلقة باب الكعبة، ثم نادى بصوته الأعلى: سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم، فذكر بمعناه.

ورواه سعيد بن سالم القداح عن عبد الله بن المؤمل عن حميد مولى عفراء عن مجاهد لم يذكر قيس بن سعد. وكذلك رواه عبد الله بن محمد الشافعي عن عبد الله بن المؤمل عن حميد الأعرج عن مجاهد.

وهذا الحديث يعد في أفراد عبد الله بن المؤمل و عبد الله بن المؤمـــل ضعيف، إلا أن إبراهيم أبي طهمان قد تابعه في ذلك عن حميد وأقـــام إسناده.).

٦٩. مصنف عبد الرزاق > كتاب الجامع > باب منادي السحر

أخبرنا عبد الرزاق عن معمر عن هارون بن رئاب عن مجاهد قال:: (إذا أخفقت الطير بأجنحتها – يعني السحر – نادى مناد: يـــا بـــاغي الخير هلم ! ويا فاعل الشر انته ! هل من مستغفر يغفر له، هل مـــن تائب يتاب عليه، قال: ثم ينادي: اللهم أعط منفقاً خلفاً، وأعط ممـــسكاً تلفاً، حتى الصبح.).

٧٠. البحر الزخار – مسند البزار > مسند علي بن أبي طالـــب > وممـــا روى محمد بن علي بن أبي طالب وهو ابن الحنفية عن علي رضي

حدثنا محمد بن معمر قال: نا يعلى بن عبيد قال: نا أبو سعد عن عبيد الله بن محمد بن الحنفية عن أبيه قال:: (سألت علياً عن المتعة قـــال: نادى رسول الله صلى الله عليه وسلم (١ رضي الله عنه ٧٩ رضي الله عنه ١) أو منادي رسول الله صلى الله عليه وسلم أن المتعة حرام.

وهذا الحديث قد رواه أبو سعد و عطاء الخراساني عن عبـــد الله بـــن محمد بن الحنفية عن أبيه عن علي.).

٧١. البحر الزخار – مسند البزار > مسند سعد بن أبي وقاص رضـــي الله عنه > ومما روى المطلب بن عبد الله بن حنطب عن مصعب بن سعد عن أبيه

حدثنا عبد الله بن سعيد قال:نا أبو خالد الأحمر قال:نا كثير(١١٢٨\١١١) بن زيد عن المطلب بن عبد الله بن حنطب عن مصعب بن سعد عـــن أبيه قال:: (ذكر رسول اله صلى الله عليه وسلم دعوة ذي النون قال: وجاء أعرابي فشغله فاتبعته فالتفت إلي فقال أبا إسحاق قلت: نعم، قال فمه ؟ قلت: ذكرت دعوة ذي النون ثم جاء أعرابي فشغلك قال: نعـــم، دعوة ذي النون، إذ نادى في بطن الحوت لا إله إلا أنت سبحانك إني كنت من الظالمين فإنه لم يدع بها أحد إلا استجيب له.

وهذا الحديث لا نعلمه يروى عن النبي صلى الله عليه وسلم إلا عـن سعد عنه وقد روى عن سعد من وجه آخر، وهذا الحـديث لا نعلمـه رواه عن كثير بن زيد إلا أبو خالد الأحمر ولا روى المطلب عن أبيه إلا هذا الحديث.).

٧٢. البحر الزخار - مسند البزار > مسند سعد بن أبي وقاص رضـي الله عنه > ومما روى إبراهيم بن محمد بن سعد عن أبيه عن جده

حدثنا محمد بن المثنى قال: نا أبو أحمد قال: نا يونس بن أبي إسحاق عن إبراهيم بن محمد بن سعد عن أبيه عن جده قال:: (((ذكر رسول الله صلى الله عليه وسلم دعوة ذي النون قال: وجاء أعرابي فشغله فقام فاتبعته فالتفت إلي فقال: أبا إسحاق ؟ قلت: نعم، قال: فمه قلت: ذكرت دعوة ذي النون ثم جاء أعرابي فشغلك قال: نعم دعوة ذي النـون إذ نادى في بطن الحوت لا إله إلا أنت سبحانك إني كنت من الظـالمين فإنـه لـن يـدعو بهـا مـسلم فـي شـيء إلا اسـتجيب لـه)). وهذا الحديث لا نعلمه يروى عن محمد بن سعد إلا من رواية إبراهيم بن محمد بن سعد عن أبيه، عن جده، ولا يروى عن النبي صـلى الله عليه وسلم إلا من رواية سعد عنه، وقد روى عن سعد من وجهين.).

٧٣. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الطهارة > باب فرض الغسل و فيه دلالة على ما مضى في الباب قبله و على سقو

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ ثنا الحسن بن يعقوب العدل ثنا يحيى بن أبي طالب ثنا عبد الوهاب بن عطاء ثنا عوف بن أبي جميلة عن أبي رجاء العطاردي عن عمران بن حصين قال: (كنا مع رسول الله صـلى الله عليه و سلم في سفر، فذكر الحديث قال: و نادى بالصلاة بالناس، فلما انفتل من الصلاة إذا رجل معتزل لم يصل مع القوم قال: ما منعك يـا فلان أن تصلي مع القوم، قال: يا رسول الله أصـابتني الجنابـة و لا ماء، قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: عليك بالصعيد فإنه يكفيك، وذكر الحديث قال: وكان آخر ذلك أن أعطى الذي أصابته الجنابة إناء من ماء فقال: اذهب فأفرغه عليك. مخرج في الصحيحين من حـديث

عوف بن أبي جميلة.).

٧٤. مصنف عبد الرزاق > كتاب الصيام > باب فضل الصيام

عبد الرزاق عن هشام بن حسان عن واصل عن لقيط عن أبي بردة عن أبي موسى الأشعري: (قال: غزا الناس برا وبحرا، فكنت فيمن غزا البحر فبينا نحن نسير في البحر سمعنا صوتا يقول: يا أهل السفينة ! قفوا أخبركم، فنظرنا يمينا وشمالا، فلم نر شيئا إلا لجة البحر، ثم نادى الثانية، حتى نادى سبع مرات، يقول كذلك، قال أبو موسى: فلما كانت السابعة قمت، فقلت: ما تخبرنا قال: أخبركم بقضاء قضاه الله تعالى على نفسه، أن من أعطش نفسه لله في يوم حار، يرويه يوم القيامة، قال أبو بردة: فكان أبو موسى لا يمر عليه يوم حار إلا صامه، فجعل يتلوى فيه من العطش

٧٥. مصنف عبد الرزاق > كتاب الأشربة > باب الظروف والأشربة والأطعمة

عبد الرزاق عن أبان عن سعيد بن جبير: (عن النبي صلى الله عليه وسلم أنه صلى بأصحابه يوماً، فلما قضى صلته نادى رجل، فقال:يا رسول الله إن هذا رجل شارب، فدعا النبي صلى الله عليه وسلم الرجل، فقال: ما شربت ؟ فقال: عمدت إلى زبيب فجعلته في جر، حتى إذا بلغ فشربته، فقال له النبي صلى الله عليه وسلم: يا أهل الوادي ألا إني أنهماكم عما في الجر الأحمر،والأ خضر، والأبيض، والأسود منه، لينبذ أحدكم في سقائه، فإذا خشيه فليشجحه بالماء.).

٧٦. مصنف عبد الرزاق > كتاب العقول > باب نداء الصبي على الجدار

عبد الرزاق عن ابن جريج قال: قلت لعطاء:: (رجل نادى صبياً على جدار أن أستأجر فخر، فمات؟ قال: يروي عن علي أنه قال: يغرمه، قال: يفزعه، قلت: فنادى كبيراً؟ قال: ما أراه إلا مثله، رادته، فكان يرى أن يغرم.).

٧٧. مصنف عبد الرزاق > باب كتاب العلم > باب ذكر الله

أخبرنا عبد الرزاق عن معمر عن غير واحد عن الحسن قال:: (إذا

كان يوم القيامة نادى مناد: سيعلم الجمع من أولى بالكرم، أين الـــذين كانت تتجافى جنوبهم عن المضاجع ــ حتى ــ مما رزقناهم ينفقون ؟ قال: فيقومون فيتخطون رقاب الناس... ثم ينادى ايضاً: سيعلم الجمـــع من أولى بالكرم، أين الذين كانوا لا تلهيهم تجارة ولا بيع عن ذكر الله فيقومون يتخطون رقاب الناس، قال: ثم ينادي أيضاً: سيعلم الجمع من أولى بالكرم، اين الحمادون لله على كل حال ؟ قال: فيقومون وهم كثير ثم تكون التبعة والحساب فيمن بقي.).

٧٨. مصنف عبد الرزاق > باب كتاب العلم > باب الدجال

أخبرنا عبد الرزاق عن معمر عن قتادة قال:: (نادى منـــاد بالكوفـــة: الدجال قد خرج، فجاء رجل إلى حذيفة بن أسيد، فقال له: أنت جـــالس ها هنا وأهل الكوفة يقاتلون الدجال، فقال له حذيفة، اجلس، ثـــم جـــار عريفهم فقال: أنتما ها هنا جالسان وأهل الكوفة يطاعنون الدجال، فقال له حذيفة: اجلس، فمكثوا قليلاً، ثم جاء آخر فقال: إنها كذبـــة صـــباغ فقالوا لحذيفة حدثنا عن الدجال اليوم إلا ودفنه الصبيان بالخذف، ولكنه يخرج في قلة من الناس، ونقص من الطعام، وسوء ذات بين، وخفقـــة من الدين، فتطوى له الأرض كطي فروة الكبش، فيأتي المدينة فيأخـــذ خارجها ويمنع داخلها، مكتوب بين عينيه كافر، يقرأه كل مؤمن كاتب وأمي، لا يسخر له المطي إلا الحمار، فهو رجس على رجس، وقـــال حذيفة: لأنا لغير الدجال أخوف عليكم، قيل: وما ذاك ؟ قال: فتن كقطع الليل المظلم، قيل: فأي الناس خير فيها ؟ يا أبا سريحة ! قال: الغنـــي الخفي، قيل: فأي الناس شر فيها ؟ قال: الخطيب المـــسقع، والراكـــب الموضع، فقال أحد الرجلين: والله ما أنا بغني ولا خفي، قال حذيفـــة: فكن كابن اللبون لا ظهر فتركب، ولا ضرع فتحلب.).

٧٩. مصنف عبد الرزاق > كتاب الصلاة > باب الأذان في طلوع الفجر

عبد الرزاق عن معمر عن أيوب قال:(أذن بلال مرة بليل،فقال له النبي صلى الله عليه وسلم: أخرج فناد أن العبد قد نام، فخرج وهو يقـــول: ليت بلالاً ثكلته أمه، وابتل من نضح دم جبينه، ثم نادى أن العبد نام.).

٨٠. مصنف عبد الرزاق > كتاب الصلاة > باب السهو في الصلاة

أخبرنا عبد الرزاق قال: أخبرنا معمر عن يحيى بن أبي كثير عن أبي سلمة بن عبد الرحمن عن أبي هريرة قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:: (إذا نادى المنادي أدبر الشيطان له ضريط حتى لا يسمع النداء، فإذا سكت أقبل، فإذا ثوب أدبر له ضريط، فإذا سكت أقبل فإنه ليخطر بين المرء وقلبه، يقول: اذكر كذا، اذكر كذا، لشيء لم يكن يذكره قبل ذلك، فيضل الرجل إن يدري كم صلى، فإذا وجد أحدكم ذلك فليسجد سجدتين وهو جالس.).

٨١. مصنف عبد الرزاق > كتاب الصلاة > [باب التطوع قبل الصلاة وبعدها]

عبد الرزاق عن ابن جريج قال:سمعت أيوب بن أبي تميمة يحدث ابن عمر قال:: (صليت مع رسول الله صلى الله عليه وسلم قبل الظهر ركعتين، وبعدها ركعتين، وبعد المغرب ركعتين، وبعد العشاء ركعتين، قال: وقالت حفصة: وكان يصلي ركعتين إذا نادى، وكان لا يدخل عليه حينئذ أحد.).

٨٢. مصنف عبد الرزاق > كتاب المناسك > باب الحمار الأهلي

عبد الرزاق عن إسرائيل عن مجزأة بن زاهر عن أبيه ــ: (وكان أبوه ممن شهد الشجرة ــ قال: إني لأوقد تحت القدور ــ أو قال: عن القدور ــ بلحم الحمر، إذ نادى منادي رسول الله صلى الله عليه وسلم: أن الله ينهاكم عن لحوم الحمر.).

٨٣. مصنف عبد الرزاق > كتاب المناسك > باب الحمار الأهلي

أخبرنا عبد الرزاق قال: أخبرنا معمر عن أيوب عن ابن سيرين عن أنس بن مالك: (أن منادي رسول الله صلى الله عليه وسلم نادى أن الله ورسوله ينهيانكم عن لحوم الحمر، فإنها رجس، يعني الحمر الأهلية.).

٨٤. مسند أبي يعلى الموصلي > أبو عمران الجوني، عن أنس > أبو عمران الجوني، عن أنس

حدثنا موسى بن محمد بن حيان، حدثنا عبد الملك بن عمرو، حدثنا

سعيد بن سليم الضبي قال:: (سمعت أنس بن مالك يقول: كان رسول الله صلى الله عليه وسلم إذا سافر - أو غزا - أردف كل يوم رجلاً من أصحابه. قال: فكان رديف رسول الله صلى الله عليه وسلم معاذ بن جبل. فناداه و هو رديفه فقال: يا معاذ بن جبل.. قلت: لبيك يا رسول الله. قال: هل تدري ما حق الله على العباد ؟ أن يشهدوا أن لا إله إلا الله و أن محمداً عبده و رسوله، و أن يعبدوه لا يشركوا به شيئاً.

فكرر هذا الحديث ثلاث مرات، ثم نادى فقال: يا معاذ. قال: لبيك يا رسول الله. قال: هل تدري ما حق العباد على الله إذا فعلوا ذلك ؟. قال: الله و رسوله أعلم. قال: فإن حق العباد على الله إذا فعلوا ذلك أن لا يعذبهم، و أن يدخلهم الجنة.).

٨٥. مسند أبي يعلى الموصلي > [مسند أبي هريرة] > [مسند أبي هريرة]

وعن أبي سلمة عن أبي هريرة قال:: (قال رسول الله ــ صلى الله عليه وسلم ــ: إذا نادى المنادي أدبر الشيطان وله ضراط. فإذا قضى أقبل. فإذا ثوب أدبر. وإذا قضى أقبل حتى يخطر بين الرجل وبين نفسه فيقول: اذكر كذا وكذا ما لم يذكر حتى لا يدري أثلاثاً صلى أم أربعاً. فإذا لم يدر أحدكم أ ثلاثاً صلى أم أربعاً فليسجد سجدتين وهو جالس.).

٨٦. مصنف عبد الرزاق > كتاب الطهارة > باب هل يتوضأ لكل صلاة أم لا ؟

عبد الرزاق عن معمر عن قتادة عن يونس بن جبير أبي غلاب عن حطان بن عبد الله الرقاشي قال:: (كنا مع أبي موسى الأشعري في جيش على ساحل دجلة إذا حضرت الصلاة، فنادى مناديه للظهر، فقام الناس إلى الوضوء فتوضؤوا فصلى بهم ثم جلسوا حلقاً، فلما حضرت العصر نادى منادي العصر، فهب الناس للوضوء أيضاً، فأمر مناديه [فنادى ــ ظ] ألا، لا وضوء إلا على من أحدث، قد أوشك العلم أن

يذهب، ويظهر الجهل حتى يضرب الرجل أمه بالسيف من الجهل.).

٨٧. مسند أبي يعلى الموصلي > [تابع مسند عبد الله بن عمر رضي الله عنه] > [تابع مسند عبد الله بن عمر رضي الله عنه]

حدثنا شيبان، حدثنا جرير بن حازم، عن نافع عن ابن عمر: (أن رجلاً نادى رسول الله ـ صلى الله عليه وسلم ـ وهو على المنبر ـ فقال يا رسول الله، كيف صلاة الليل ؟ فقال رسول الله ـ صلى الله عليه وسلم ـ: هكذا ـ بأصبعه يصفها ـ مثنى مثنى فإذا خشيت الصبح فصل ركعةً توترلك صلاتك.).

٨٨. مصنف عبد الرزاق > كتاب الصلاة > باب اللغط ورفع الصوت وإنشاد الشعر في المسجد

عبد الرزاق عن ابن جريج قال: بلغني عن نافع أن عمر: (كان إذا خرج إلى الصلاة نادى في المسجد إياكم واللغط، وإنه كان يقول: ارتفعوا في المسجد.).

٨٩. مسند أحمد > حديث الأقرع بن حابس رضي الله عنه > حديث الأقرع بن حابس رضي الله عنه

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا وهيب قال ثنا موسى بن عقبة عن أبي سلمة بن عبد الرحمن عن الأقرع بن حابس:: (أنه نادى رسول الله صلى الله عليه و سلم من وراء الحجرات فقال: يا محمد إن حمدي زين و إن ذمي شين، فقال: ذاكم الله عز وجل. كما حدث أبو سلمة عن النبي صلى الله عليه و سلم.).

٩٠. سنن سعيد بن منصور > باب ما جاء في النهي عن النهبى > باب ما جاء في النهي عن النهبى

حدثنا سعيد قال: حدثنا إسماعيل بن عياش عن أبي بكر بن أبي مريم عن عطية بن قيس قال:: (كنا إذا خرجنا في سرية فأصبنا غنماً نادى منادي الإمام، ألا من أراد أن يتناول شيئاً من هذه الغنم أنا لا نستطيع ساقتها.).

٩١. مسند أبي يعلى الموصلي > [تابع مسند عبد الله بن عمر رضي الله

عنه] > [تابع مسند عبد الله بن عمر رضي الله عنه]
حدثنا زهير حدثنا إسماعيل بن إبراهيم، أخبرنا خالد، عن أبي قلابة،:
(عن ابن عمر: نادى رجل رسول الله ــ صلى الله عليه وسلم ــ فقال: أي الليل أجوب دعوة ؟ قال: جوف الليل الآخر).

٩٢. مسند أبي يعلى الموصلي > [تابع مسند عبد الله بن عمر رضي الله عنه] > [تابع مسند عبد الله بن عمر رضي الله عنه]
حدثنا زهير، حدثنا جرير، عن يحيى بن سعيد، عن القاسم بن محمد،:
(عن ابن عمر قال: كنا إذا كنا مع رسول الله ــ صلى الله عليه وسلم في سفر فكانت ليلة ظلماء ــ أو ليلة مطيرة ــ أذن مؤذن رسول الله ــ صلى الله عليه وسلم ــ أو نادى مناديه: أن صلوا في رحالكم

٩٣. مسند أبي يعلى الموصلي >[مسند أبي هريرة] > [مسند أبي هريرة]
حدثنا زهير بن حرب، حدثنا اسماعيل ابن إبراهيم، حدثنا أيوب، عن محمد. عن أبي هريرة قال:: (نادى رجل رسول الله ــ صلى الله عليه وسلم ــ أيصلي أحدنا في ثوب واحد ؟.
قال: إذا وسع الله عليكم فأوسعوا على أنفسكم، جمع رجل عليه ثيابه، صلى رجل في إزار ورداء، في إزار وقميص، في سراويل وقباء ، في سراويل ورداء، في تبان وقباء. قال: وأحسبه في تبان ورداء).

٩٤. مسند أحمد > حديث مالك بن عبد الله الخثعمي رضي الله عنه > حديث مالك بن عبد الله الخثعمي رضي الله عنه
حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا الوليد بن مسلم ثنا ابن جابر أن أبا الصبح الأوزاعي حدثهم قال:: (بينا نسير في درب قلمته إذ نادى الأمير مالك بن عبد الله الخثعمي رجل يقود فرسه في عراض الجبل يا أبا عبد الله ألا تركب ؟ قال: إني سمعت رسول الله صلى الله عليه و سلم يقول: من أغبرت قدماه في سبيل الله عز و جل ساعة من نهار، فهما حرام على النار).

٩٥. مسند أحمد > حديث أبي قتادة الأنصاري رضي الله عنه > حديث أبي قتادة الأنصاري رضي الله عنه

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا محمد بن جعفر ثنا شعبة عن قتادة عن عبد الله بن رباح عن أبي قتادة الأنصاري قال:: (بينا نحن مع رسول الله صلى الله عليه و سلم في بعض أسفاره إذ مال رسول الله صلى الله عليه و سلم ــ أو قال: حاد ــ عن راحلته، فدعمته بيدي، قال: فاستيقظ، قال: ثم سرنا، قال: فمال رسول الله صلى الله عليه و سلم، فدعمته بيدي، فاستيقظ، فقال أبو قتادة: فقلت: نعم يا رسول الله، فقال: حفظك الله كما حفظتنا منذ الليلة، ثم قال: لا أرانا قد شققنا عليك نح بنا عن الطريق أو مل بنا عن الطريق، قال: فعدلنا عن الطريق فأناخ رسول الله صلى الله عليه و سلم راحلته فتوسد كل منا ذراع راحلته، فما استيقظنا حتى أشرقت الشمس و ذكر صوت الصرد، قال: فقلت: يا رسول الله، هلكنا فاتتنا الصلاة، فقال رسول الله صلى الله عليه و سلم: لم تهلكوا و لم تفتكم الصلاة، إنما تفوت اليقظان و لا تفوت النائم، هل من ماء ؟ قال: فأتيته بسطيحة ــ أو قال: ميضأة ــ فيها ماء، فتوضأ رسول الله – ثم دفعها إلي و فيها بقية من ماء، قال: احتفظ بها فإنه كائن لها نبأ، و أمر بلالاً فأذن، فصلى ركعتين، ثم تحول في مكانه فأمره فأقام الصلاة، فصلى صلاة الصبح، ثم قال نبي الله صلى الله عليه و سلم: إن كان الناس أطاعوا أبا بكر و عمر فقد رفقوا بأنفسهم و أصابوا، و إن كانوا خالفوهما فقد خرقوا بأنفسهم ؛ و كان أبو بكر و عمر حيث فقدوا النبي صلى الله عليه و سلم قالا للناس: أقيموا بالماء حتى تصبحوا، فأبوا عليهما، و انتهى إليهم رسول الله – من آخر النهار وقد كادوا أن يهلكوا عطشاً، فقالوا: يا رسول الله، هلكنا، فدعا بالميضاة، ثم دعا بإناء فأتي بإناء فوق القدح و دون العقب، فتأبطهما رسول الله صلى الله عليه و سلم ثم جعل يصب في الإناء، ثم يشرب القوم حتى شربوا كلهم، ثم نادى رسول الله صلى الله عليه و سلم هل من غال ؟ قال: ثم رد الميضأة و فيها نحو مما كان فيها، قال: فسألناه كم كنتم ؟ فقال: كان مع أبي بكر و عمر ثمانون رجلاً و كنا مع رسول الله صلى الله عليه و سلم اثني عشر رجلاً).

٩٦. مسند أحمد > حديث عوف بن مالك الأشجعي الأنصاري رضـــي الله عنه > حديث عوف بن مالك الأشجعي الأنصاري رضي الله عنه

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا أبو المغيرة قال: ثنا صفوان. قال: ثنا عبد الرحمن بن جبير بن نفير عن أبيه عن عوف بن مالك. قال:: (انطلق النبي صلى الله عليه و سلم يوماً و أنا معه، حتى دخلنا كنيسة اليهــود بالمدينة يوم عيد لهم، فكرهوا دخولنا عليهم، فقال: لهــم رســول الله صلى الله عليه و سلم: يا معشر اليهود أنبأنا اثنا عشر رجلاً يــشهدون أن لا إله إلا الله و أن محمداً رسول الله يحبط الله عن كل يهودي تحت أديم السماء الغضب الذي غضب عليه قال: فاسكتوا ما جاء به مــنهم أحد ثم رد عليهم فلم يجبه أحد ثم ثلث فلم يجبه أحد فقال: أبيتم فو الله إني لأنا الحاشر و أنا العاقب و أنا النبي المصطفى آمنتم أو كذبتم، ثم انصرف، و أنا معه، حتى إذا كدنا نخرج نادى رجل من خلفنــا كمــا أنت محمد، قال: فأقبل، فقال ذلك الرجل: أي رجل تعلمون فــيكم يــا معشر اليهود ؟ قالوا: و الله ما نعلم أنه كان فينا رجل أعلم بكتــاب الله منك و لا أفقه منك و لا من أبيك قبلك و لا من جدك قبل أبيك، قــال: فإني أشهد له بالله أنه نبي الله الذي تجدونه في التوراة قالوا: كذبت، ثم ردو عليه قوله و قالوا فيه شراً، قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: كذبتم، لن يقبل قولكم، أما آنفاً فتثنون عليه من الخير ما أثنيتم و لمــا آمن أكذبتموه و قلتم فيه فلن يقبل قولكم قال: فخرجنا و نحــن ثلاثــة رسول الله صلى الله عليه و سلم و أنا و عبد الله بن سلام و أنزل الله عز وجل فيه: قل أرأيتم إن كان من عند الله و كفرتم به و شهد شاهد من بني إسرائيل على مثله فآمن و استكبرتم إن الله لا يهــدي القــوم الظالمين.).

٩٧. مسند أحمد > أحاديث رجال من أصحاب النبي صلى الله عليه و سلم > أحاديث رجال من أصحاب النبي صلى الله عليه و سلم

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا حجاج ثنا شعبة عن عمرو بن دينار عن عمرو بن أوس عن رجل حدثه مؤذن رسول الله صلى الله عليه و سلم

قال:: (نادى منادي رسول الله صلى الله عليه و سلم في يـوم مطيـر صلوا في الرحال.).

٩٨. مسند أحمد > حديث السيدة عائشة رضي الله عنها > حـديث الـسيدة عائشة رضي الله عنها

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا عثمان بن عمر ثنا يونس ثنا أبو شـداد عن مجاهد قال: قالت عائشة: (خرج رسول الله صلى الله عليه و سلم فلما كنا بالحر انصرفنا و أنا على جمل، و كان آخر العهد منهم و أنا أسمع صوت النبي صلى الله عليه و سلم و هو بين ظهري ذلك السمر و هو يقول: وا عروساه، قالت: فو الله إني لعلى ذلك إذ نادى مناد: أن ألقى الخطام، فألقيته فاعقله الله بيده.).

٩٩. مسند أحمد > حديث جندب البجلي رضي الله تعالى عنـه > حـديث جندب البجلي رضي الله تعالى عنه

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا عبد الصمد ثنا أبي أنا الجريري عن أبي عبد الله الجشمي ثنا جندب قال:: (جاء أعرابي فأناخ راحلته ثم عقلها ثـم صلى خلف رسول الله صلى الله عليه و سلم، فلما صـلى رسـول الله صلى الله عليه و سلم أتى راحلته فأطلق عقالها ثم ركبها ثـم نـادى: اللهم ارحمني و محمدا و لا تشرك في رحمتنا أحدا، فقال رسـول الله صلى الله عليه و سلم: أتقولون هذا أضل أم بعيره ؟ ألم تسمعوا ما قال ؟ قالوا: بلى، قال: لقد حظرت رحمة الله واسعة، إن الله خلـق مائـة رحمة فأنزل الله رحمة واحدة يتعاطف بها الخلائق جنها و أنـسها و بهائمها، و عنده تسع و تسعون، أتقولون هو أضل أم بعيره ؟.).

١٠٠. مسند أحمد > حديث عبد الله بن أبي أوفى رضي الله تعالى عنـه > حديث عبد الله بن أبي أوفى رضي الله تعالى عنه

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا علي بن عاصم أنـا الهجـري قـال:: (خرجت في جنازة بنت عبد الله بن أبي أوفى و هو على بغلـة لـه حواء – يعني سوداء – قال: فجعل النساء يقلن لقائده: قدمـه أمـام الجنازة، ففعل، قال: فسمعته يقول له: أين الجنـازة ؟ قـال: فقـال:

خلفك، قال: ففعل ذلك مرة أو مرتين ثم قال: ألم أنهك أن تقدمني أمام الجنازة ؟ قال: فسمع امرأة تلتدم – و قال مرة ترثي – فقال: مه، ألم أنهكن عن هذا ؟ إن رسول الله صلى الله عليه و سلم كان ينهى عن المراثي، لتفض إحداكن من عبرتها ما شاءت، فلما وضعت الجنازة، تقدم فكبر عليها أربع تكبيرات ثم قام هنيهة، فسبح به بعض القوم، فانفتل فقال: أكنتم ترون أني أكبر الخامسة ؟ قالوا: نعم، قال: إن رسول الله صلى الله عليه و سلم كان إذا كبر الرابعة قام هنية، فلما وضعت الجنازة جلس و جلسنا إليه، فسئل عن لحوم الحمر الأهلية ؟ فقال: تلقانا يوم خيبر حمر أهلية خارجا من القرية فوقع الناس فيها فذبحوها، فإن القدور لتغلي ببعضها إذ نادى منادي رسول الله صلى الله عليه و سلم: أهريقوها، فأهرقناها، و رأيت على عبد الله بن أبي أوفى مطرفا من خز أخضر.).

١٠١. مسند أحمد > حديث أبي العالية الرياحي عن أبي بن كعب رضي الله تعالى عنه > حديث أبي العالية الرياحي عن أبي بن كعب رضي الله تعالى عنه

حدثنا عبد الله ثنا سعيد بن محمد الجرمي قدم من الكوفة ثنا أبو تميلة ثنا عيسى بن عبيد الكندي عن الربيع بن أنس حدثني أبو العالية عن أبي بن كعب: (أنه أصيب يوم أحد من الأنصار أربعة و ستون، و أصيب من المهاجرين ستة و حمزة، فمثلوا بقتلاهم، فقالت الأنصار: لئن أصبنا منهم يوماً من الدهر لنربين عليهم و فلما كان يوم فتح مكة نادى رجل من القوم لا يعرف، لا قريش بعد اليوم، فأنزل الله تعالى على نبيه صلى الله عليه و سلم و إن عاقبتم فعاقبوا بمثل ما عوقبتم به الآية فقال نبي الله صلى الله عليه و سلم: كفوا عن القوم.).

١٠٢. مسند أحمد > حديث صهيب بن سنان من النمر بن قاسط رضي الله تعالى عنه > حديث صهيب بن سنان من النمر بن قاسط رضي الله تعالى عنه

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا عفان أنا حماد أنا ثابت عن عبد الرحمن

بن أبي ليلى عن صهيب:: (أن رسول الله صلى الله عليه و سلم تـــلا هذه الآية للذين أحسنوا الحسنى و زيادة قال: إذا دخل أهـــل الجنـــة الجنة و أهل النار النار نادى مناد: يا أهل الجنـــة إن لكـــم عنـــد الله موعدا يريد أن ينجزكموه، فيقولون: و ما هو ؟ ألم يثقل موازيننـــا و يبيض وجوهنا و يدخلنا الجنة و يجرنا من النار ؟ قال: فيكشف لهـــم الحجاب، فينظرون إليه، قال: فوالله ما أعطاهم شيئا أحب إليهم مـــن النظر إليه و لا أقر بأعينهم.).

١٠٣. مسند أحمد > حديث مؤذن النبي صلى الله عليه وسلم > حديث مؤذن النبي صلى الله عليه وسلم

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا حجاج ثنا شعبة عن عمرو بن أوس عن رجل حدثه مؤذن النبي صلى الله عليه و سلم قال:: (نـــادى منـــادي رسول الله صلى الله عليه و سلم في يوم مطير صلوا في الرحال.).

١٠٤. مسند أحمد > بقية حديث الصعب بن جثامة رضي الله تعالى عنه > بقية حديث الصعب بن جثامة رضي الله تعالى عنه

حدثنا عبد الله حدثني أبو حميد الحمصي أحمد بن محمد بن المغيـــرة بن سيار قال: ثنا حيوة قال: ثنا بقية عن صفوان بن عمرو عن راشد بن سعد قال:: (لما فتحت إصطخر نادى مناد ألا إن الدجال قد خرج، قال: فلقيهم الصعب بن جثامة قال: فقال: لولا ما تقولون لأخبـــرتكم أني سمعت رسول الله صلى الله عليه و سلم يقول: لا يخرج الـــدجال حتى يذهل الناس عن ذكره، و حتى تتـــرك الأئمـــة ذكـــره علـــى المنابر.).

١٠٥. مسند أحمد > حديث أبي موسى الأشعري رضي الله تعالى عنـــه > حديث أبي موسى الأشعري رضي الله تعالى عنه

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا يحيى عن التيمي عن أبي عثمان عـــن أبي موسى قال:: (أخذ القوم في عقبة – أو ثنية – فكلما علا رجـــل عليها نادى لا إله إلا الله و الله أكبر، و النبي صلى الله عليه و ســـلم على بغلة يعرضها في الخيل، فقال: يا أيها الناس إنكم لا تدعون أصم

و لا غائبا، ثم قال: يا أبا موسى – أو يا عبد الله بن قيس – ألا أدلك على كنز من كنوز الجنة ؟ قال: قلت: بلى، قال: لا حول و لا قوة إلا بالله.).

١٠٦. مسند أحمد > حديث عثمان بن أبي العاص عن النبي صلى الله عليه وسلم > حديث عثمان أبي العاص عن النبي صلى الله عليه وسلم
حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا يزيد بن هارون ثنا حماد بن سلمة عن علي بن زيد عن أبي نضرة قال:: (أتينا عثمان بن أبي العاص في يوم جمعة لنعرض عليه مصحفا لنا على مصحفه، فلما حضرت الجمعة أمرنا فاغتسلنا ثم أتينا بطيب فتطيبنا ثم جئنا المسجد فجلسنا إلى رجل فحدثنا عن الدجال، ثم جاء عثمان بن أبي العاص فقمنا إليه، فجلسنا، فقال: سمعت رسول الله صلى الله عليه و سلم يقول: يكون للمسلمين ثلاثة أمصار مصر بملتقى البحرين و مصر بالحيرة و مصر بالشام فيفزع الناس ثلاث فزعات فيخرج الدجال في أعراض الناس فيهزم من قبل المشرق فأول مصر يرده المصر الذي بملتقى البحرين، فيصير أهله ثلاث فرق فرقة تقول: نشامه ننظر ما هو و فرقة تلحق بالأعراب و فرقة تلحق بالمصر الذي يليهم، و مع الدجال سبعون ألفا عليهم السيجان، و أكثر تبعه اليهود و النساء، ثم يأتي المصر الذي يليه فيصير أهله ثلاث فرق فرقة تقول: نشامه و ننظر ما هو و فرقة تلحق بالأعراب و فرقة تلحق بالمصر الذي يليهم بغربي الشام، و ينحاز المسلمون إلى عقبة أفيق فيبعثون سرحا لهم فيصاب سرحهم فيشتد ذلك عليهم و تصيبهم مجاعة شديدة و جهد شديد حتى إن أحدهم ليحرق وتر قوسه فيأكله فبينما هم كذلك إذ نادى مناد من السحر: يا أيها الناس أتاكم الغوث – ثلاثا – فيقول بعضهم لبعض: إن هذا لصوت رجل شبعان، و ينزل عيسى ابن مريم عليه السلام عند صلاة الفجر، فيقول له أميرهم: روح الله تقدم صل، فيقول: هذه الأمة أمراء بعضهم على بعض، فيتقدم أميرهم فيصلي، فإذا قضى صلاته أخذ عيسى حربته فيذهب نحو الدجال فإذا رآه

الدجال ذاب كما يذوب الرصاص فيضع حربته بين ثندوته فيقتلـــه و ينهزم أصحابه فليس يومئذ شيء يواري منهم أحدا حتى إن الـــشجرة لتقول: يا مؤمن هذا كافر و يقول الحجر: يا مؤمن هذا كافر.).

١٠٧. مسند أحمد > حديث أبي سعيد بن أبي فضالة رضي الله تعالى عنه > حديث أبي سعيد بن أبي فضالة رضي الله تعالى عنه
حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا محمد بن بكر أنا عبد الحميد – يعنـــي ابن جعفر – قال: أخبرني أبي عن زياد بن ميناء عن أبي سعيد بـــن أبي فضالة الأنصاري – و كان من الصحابة – أنه قال:: (ســـمعت رسول الله صلى الله عليه و ســـلم يقـــول: إذا جمـــع الله الأولـــين و الآخرين ليوم لا ريب فيه نادى مناد: من كان أشرك في عمل عملـــه لله عز و جل أحدا فليطلب ثوابه من عند غيـــر الله فـــإن الله أغنـــى الشركاء عن الشرك.).

١٠٨. مسند أحمد > حديث أبي بردة الأسلمي رضـــي الله تعـــالى عنـــه > حديث أبي بردة الأسلمي رضي الله تعالى عنه
حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا يحيى بن آدم ثنا قطبة عن الأعمش عن رجل من أهل البصرة عن أبي برزة الأسلمي قال:: (نادى رسول الله صلى الله عليه و سلم حتى أسمع العواتق فقال: يا معشر مـــن آمـــن بلسانه و لم يدخل الإيمان قلبـــه لا تغتـــابوا المـــسلمين و لا تتبعـــوا عوراتهم، فإنه من يتبع عورة أخيه يتبع الله عورته حتى يفضحه في بيته.).

١٠٩. مسند أحمد > حديث أبي ريحانة رضي الله تعالى عنه > حديث أبي ريحانة رضي الله تعالى عنه
حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا زيد بن الحباب قال: حدثني عبد الرحمن بن شريح قال: سمعت محمد بن سمير الرعيني يقول: ســـمعت أبـــا عامر التجيبي – قال أبي: و قال غيره: الجنبي، يعني غير زيد أبـــو علي الجنبي – يقول: سمعت أبا ري: (كنا مع رسول الله صـــلى الله عليه و سلم في غزوة فأتينا ذات ليلة إلى شرف فبتنا عليه فأصـــابنا

برد شديد حتى رأيت من يحفر في الأرض حفرة يدخل فيهـا يلقـي عليه الحجفة، – يعني الترس – فلما رأى ذلك رسول الله صـلى الله عليه و سلم من الناس، نادى: من يحرسنا في هذه الليلة و أدعو لـه بدعاء يكون فيه فضل ؟ فقال رجل من الأنصار: أنا يا رسـول الله، فقال: ادنه، فدنا، فقال: من أنت ؟ فتسمى له الأنصاري، ففتح رسول الله صلى الله عليه و سلم بالدعاء فأكثر منه، قال أبو ريحانـة: فلمـا سمعت ما دعا به رسول الله صلى الله عليه و سلم فقلت: أنا رجـل آخر، فقال: ادنه، فدنوت، فقال: من أنت ؟ قـال: فقلـت: أنـا أبـو ريحانة، فدعا بدعاء هو دون ما دعا للأنصاري ثم قال: حرمت النار على عين دمعت أو بكت من خشية الله، و حرمت النار على عـين سهرت في سبيل الله. أو قال: حرمت النار على عين أخرى ثالثة لم يسمعها محمد بن سمير، وقال عبد الله: قا أبي: وقال غيره – يعنـي زيد أبو علي الجنبي

١١٠. مسند أحمد > حديث سهيل بن بيضاء عن النبي صلى الله عليه و سلم > حديث سهيل بن بيضاء عن النبي صلى الله عليه و سلم

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا يعقوب قال: سمعت أبي يحدث، عـن يعقوب قال: سمعت أبي يحدث، عن يزيد يعني ابن الهاد عن محمـد بن إبراهيم بن الحارث،: (عن سهيل بن بيضاء أنه قال: نادى رسول الله صلى الله عليه و سلم ذات ليلة و أنا رديفه: يا سهيل بن بيـضاء رافعاً بها صوته مراراً، حتى سمع من خلفنا و أمامنا، فـاجتمعوا و علموا أنه يريد أن يتكلم بشيء، إنه من قال لا إله إلا الله أوجـب الله عز و جل له بها الجنة، و أعتقه بها من النار).

١١١. مسند أحمد > حديث أبي سعيد بن أبي فضالة رضي الله تعالى عنه > حديث أبي سعيد بن أبي فضالة رضي الله تعالى عنه

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا محمد بن بكر البرساني قال: أنا عبـد الحميد بن جعفر قال: أنا أبي، عن زياد بن ميناء،عن أبي سعيد بـن أبي فضالة الأنصاري و كان من الصحابة أنه قال:: (سمعت رسول

الله صلى الله عليه و سلم يقول: إذا جمع الله عز و جل الأولين و الآخرين ليوم لا ريب فيه، نادى مناد: من كان أشرك في عمل عمله لله تبارك و تعالى أحداً فليطلب ثوابه من عند غير الله عز و جل فإن الله عز و جل، أغنى الشركاء عن الشرك.).

١١٢. مسند أحمد > حديث قبيصة بن مخارق رضي الله تعالى عنه > حديث قبيصة بن مخارق رضي الله تعالى عنه

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا محمد بن أبي عدي عن سليمان يعني التيمي عن أبي عثمان يعني النهدي: (عن قبيصة بن مخارق قال: لما نزلت على رسول الله صلى الله عليه و سلم و أنذر عشيرتك الأقربين انطلق رسول الله صلى الله عليه و سلم إلى رضمة من جبل فعلا أعلاها ثم نادى أو قال: قال: يا آل عبد منافاه إني ندير، إن مثلي و مثلكم كمثل رجل رأى العدو فانطلق يربؤ أهله ينادي، أو قال: يهتف يا صباحاه. قال أبي: قال ابن أبي عدي في هذا الحديث: عن قبيصة بن مخارق أو وهب بن عمرو و هو خطأ، إنما هو زهير بن عمرو، فلما أخطأ تركت و هب بن عمرو.).

١١٣. مسند أحمد > حديث المطلب عن النبي صلى الله عليه وسلم > حديث المطلب عن النبي صلى الله عليه وسلم

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا حجاج بن محمد أخبرني شعبة عن عمرو بن دينار عن عمرو بن أوس عن رجل حدثه مؤذن النبي صلى الله عليه و سلم قال:: (نادى منادي النبي صلى الله عليه و سلم في يوم مطر ألا صلوا في الرحال.).

١١٤. مسند أحمد > مسند أنس بن مالك رضي الله تعالى عنه > مسند أنس بن مالك رضي الله تعالى عنه

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا عبد الرزاق، ثنا معمر، عن أيوب، عن ابن سرين، عن أنس: (أن منادي رسول الله صلى الله عليه و سلم نادى: إن الله و رسوله ينهيانكم عن أكل لحوم الحمر الأهلية، فإنها رجس.).

١١٥. مسند أحمد > مسند أنس بن مالك رضي الله تعالى عنه > مسند أنس بن مالك رضي الله تعالى عنه

حدثنا عبد اله حدثني أبي، ثنا حسين في تفسير شيبان، عن قتادة قال: و حدثنا أنس بن مالك: (أن رجلاً نادى رسول الله صلى الله عليه و سلم في يوم الجمعة و هو يخطب الناس بالمدينة، فقال: يا رسول الله قحط المطر، و أمحلت الأرض، و قحط الناس، فاستسق لنا ربك ؟ فنظر النبي صلى الله عليه و سلم إلى السماء و ما نرى كثير سحاب، فاستسقى فنشا السحاب بعضه إلى بعض، ثم مطروا حتى سالت متاعب المدينة، و اضطردت طرقها أنهاراً، فما زالت كذلك إلى يوم الجمعة المقبلة ما تقلع، ثم قام ذلك الرجل أو غيره و نبي الله صلى الله عليه و سلم يخطب فقال: يا نبي الله ادع الله أن يسحبها عنا ؟ فضحك نبي الله صلى الله عليه و سلم ثم قال: اللهم حوالينا و لا علينا، فدعا ربه فجعل السحاب يتصدع عن المدينة يميناً و شمالاً، يمطر ما حولها و لا يمطر فيها شيئاً.).

١١٦. مسند أحمد > مسند أنس بن مالك رضي الله تعالى عنه > مسند أنس بن مالك رضي الله تعالى عنه

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا عفان، ثنا سليم بن أخضر، ثنا ابن عون، حدثني هشام بن زيد، عن أنس بن مالك قال:: (لما كان يوم حنين و جمعت هوازن و غطفان للنبي صلى الله عليه و سلم جمعاً كثيراً، و النبي صلى الله عليه و سلم يومئذ في عشرة آلاف أو أكثر من عشرة آلاف، قال: و معه الطلقاء، قال: فجاءوا بالنعم و الذرية فجعلوا خلف ظهورهم، قال: فلما التقوا ولى الناس، قال: و النبي صلى الله عليه و سلم على بغلة بيضاء، قال: فنزل و قال: إني عبد الله و رسوله، قال: و نادى يومئذ نداءين لم يخلط بينهما كلام، فالتفت عن يمينه فقال: أي معشر الأنصار، قالوا: لبيك يا رسول أبشر نحن معك، ثم التفت عن يساره فقال: أي معشر الأنصار، قالوا: لبيك يا رسول الله نحن معك، ثم نزل بالأرض و التقوا فهزموا، و أصابوا

من الغنائم، فأعطى النبي صلى الله عليه و سلم الطلقاء و قسم فيها، فقالت الأنصار: ندعى عند الكرة و تقسم الغنيمة لغيرنا، فبلغ ذلك النبي صلى الله عليه و سلم فجمعهم و قعد في قبة فقال: أي معشر الأنصار ما حديث بلغني عنكم ؟ فسكتوا ثم قال: أي معشر الأنصار ما حديث بلغني عنكم فسكتوا ثم قال: يا معشر الأنصار لو أن الناس سلكوا وادياً و سلكت الأنصار شعباً لأخذت شعب الأنصار، ثم قال: أما ترضون أن يذهب بالدنيا و تذهبون برسول الله تحوزونه إلى بيوتكم ؟ قالوا: رضينا يا رسول الله رضينا، قال ابن عون: قال هشام بن زيد: فقلت لأنس و أنت تشاهد ذاك ؟ قال: فأين أغيب عن ذلك.).

١١٧. مسند أحمد > حديث رجل رضي الله تعالى عنه > حديث رجل رضي الله تعالى عنه حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا أبو نعيم قال: ثنا شريك، عن يزيد بن أبي زياد،: (عن عبد الرحمن بن أبي ليلى قال: نادى رجل من أهل الشام يوم صفين: أفيكم أويس القرني ؟ قالوا: نعم، قال: سمعت رسول الله صلى الله عليه و سلم إن من خير التابعين أويساً القرني.).

١١٨. مسند أحمد > حديث الأقرع بن حابس رضي الله تعالى عنه > حديث الأقرع بن حابس رضي الله تعالى عنه

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، قال: ثنا عفان، ثنا وهيب قال: حدثني موسى بن عقبة قال: حدثني أبو سلمة بن عبد الرحمن، عن الأقرع بن حابس: (أنه نادى رسول الله صلى الله عليه و سلم من وراء الحجرات فقال: يا رسول الله، فلم يجبه رسول الله صلى الله عليه و سلم، فقال: يا رسول الله ألا إن حمدي زين و إن ذمي شين، فقال رسول الله صلى الله عليه و سلم كما حدث أبو سلمة: ذاك الله عز و جل.).

١١٩. مسند أحمد > تتمة مسند أبي هريرة رضي الله تعالى عنه > تتمة مسند أبي هريرة رضي الله تعالى عنه

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا روح، ثنا ابن جريج، و عبد الله بن

الحارث، عن ابن جريج، أخبرني موسى بن عقبة، عن نافع أن أبا هريرة قال:: (قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: إذا أحب الله العبد نادى جبريل إن الله قد أحب فلاناً فأحبوه، فيحبه جبريل ثم ينادي جبريل في أهل السماء: إن الله قد أحب فلاناً فأحبوه، فيحبه أهل السماء، ثم يوضع له القبول في أهل الأرض.).

١٢٠. مسند أحمد > تتمة مسند أبي هريرة رضي الله تعالى عنه > تتمة مسند أبي هريرة رضي الله تعالى عنه

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، حدثنا قتيبة قال: حدثنا ليث، عن ابن عجلان، عن أبي الزناد، عن الأعرج، عن أبي هريرة: (أن رسول الله صلى الله عليه و سلم قال: إذا دخل أهل الجنة الجنة و أهل النار النار نادى مناد: يا أهل الجنة خلوداً لا موت فيه، و يا أهل النار خلوداً لا موت فيه.).

١٢١. مسند أحمد > مسند أنس بن مالك رضي الله تعالى عنه > مسند أنس بن مالك رضي الله تعالى عنه

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا محمد بن عبد الله، ثنا حميد، عن أنس قال:: (نادى رجل يا أبا القاسم فالتفت إليه النبي صلى الله عليه و سلم، فقال: يا رسول الله لم أعنك، إنما دعوت فلاناً، قال: تسموا باسمي و لا تكنوا بكنيتي.).

١٢٢. مسند أحمد > تتمة مسند أبي هريرة رضي الله تعالى عنه > تتمة مسند أبي هريرة رضي الله تعالى عنه

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا محمد بن جعفر قال: ثنا سعيد، عن قتادة، عن أبي عمر الغداني قال:: (كنت عند أبي هريرة جالساً قال: فمر رجل من بني عامر بن صعصعة فقيل له: هذا أكثر عامري نادى مالاً، فقال أبو هريرة: ردوه إلي، فردوه عليه فقال: نبئت أنك ذو مال كثير، فقال العامري: أي و الله إن لي مائة حمراً، و مائة أدماً، حتى عد من ألوان الإبل، و أفنان الرقيق، و رباط الخيل، فقال أبو هريرة: إياك و إخفاف الإبل و أظلاف الغنم، يردد ذلك عليه حتى

جعل لون العامري يتغير أو يتلون فقال: ما ذاك يا أبا هريرة فقال: سمعت رسول الله صلى الله عليه و سلم يقول: من كانت له إبل لا يعطي حقها في نجدتها و رسلها قلنا: يا رسول الله و ما رسلها و ما نجدتها ؟ قال: في عسرها و يسرها، فإنها تأتي يوم القيامة كأغذ ما كانت و أكبره و أسمنه و أسره، ثم يبطح لها بقاع قرقر فتطؤه فيه بأخفافها، إذا جاوزته أخراها أعيدت عليه أولاها في يوم كان مقداره خمسين ألف سنة حتى يقضي بين الناس فيرى سبيله، فقال العامري: و ما حق الإبل يا أبا هريرة قال: أن تعطي الكريمة، و تمنح الغزيرة، و تفقر الظهر، و تسقي اللبن، و تطرق الفحل

١٢٣. مسند أحمد > تتمة مسند أبي هريرة رضي الله تعالى عنه > تتمة مسند أبي هريرة رضي الله تعالى عنه

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا يحيى بن آدم، ثنا أبو بكر بن عياش، عن عاصم بن أبي الجنود، عن أبي صالح، عن أبي هريرة قال:: (دخل رسول الله صلى الله عليه و سلم المسجد لصلاة العشاء الآخرة، فإذا هم عزون متفرقون، فغضب غضباً ما رأيته غضب غضباً قط أشد منه ثم قال: لو أن رجلاً نادى الناس إلى عرق أو مرماتين لأتوه لذلك، و هم يتخلفون عن الصلاة، لقد هممت أن آمر رجلاً فليصل بالناس، ثم أتبع أهل هذه الدور التي يتخلف أهلها عن هذه الصلاة، فأضمرها عليهم بالنيران.).

١٢٤. مسند أحمد > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعالى عنهما > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعالى عنهما

حدثنا عبد الله، حدثنا أبي، ثنا محمد بن جعفر، ثنا شعبة، عن عبد الله بن دينار، سمعت ابن عمر يقول:: (أإن أعرابياً نادى رسول الله صلى الله عليه وسلم ما ترى في هذا الضب ؟ فقال: لا آكله و لا أحرمه.).

١٢٥. مسند أحمد > أول مسند عبد الله بن عمرو بن العاص رضي الله تعالى عنهما > أول مسند عبد الله بن عمرو بن العاص رضي الله

تعالى عنهما

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا أبو معاوية، عن الأعمش، عن زيد بن وهب، عن عبد الرحمن بن عبد رب الكعبة قال:: (انتهيت إلى عبد الله بن عمرو بن العاص و هو جالس في ظل الكعبة، فسمعته يقول: بينا نحن مع رسول الله صلى الله عليه وسلم في سفر إذ نزل منزلاً، فمنا من يضرب خباءه، و منا من هو في جشرة، و منا من ينتضل، إذ نادى مناديه: الصلاة جامعة، قال: فاجتمعنا. قال: فقام رسول الله صلى الله عليه وسلم فخطبنا فقال: أنه لم يكن نبي قبلي إلا دل أمته على ما يعلمه خيراً لهم، و يحذرهم ما يعمله شراً لهم، و إن أمتكم هذه جعلت عافيتها في أولها، و إن آخرها سيصيبهم بلاء شديد، و أمور تنكرونها، تجيء فتن يرقق بعضها لبعض، تجيء الفتنة فيقول المؤمن: هذه مهلكتي، ثم تنكشف ثم تجيء الفتنة فيقول المؤمن: هذه، ثم تنكشف، فمن سره منكم أن يزحزح عن النار، و أن يدخل الجنة، فلتدركه موتته و هو يؤمن بالله و اليوم الآخر، و ليأت إلى الناس الذي يحب أن يؤتى إليه، و من بايع إماماً فأعطاه صفقة يده قلبه فأعطاه صفقة يده و ثمرة قلبه فليطعه ما استطاع، فإن جاء آخر ينازعه فاضربوا عنق الآخر قال: فأدخلت رأسي من بين الناس فقلت أنشدك بالله أنت سمعت هذا من رسول الله صلى الله عليه وسلم ؟ قال: فأشار بيده إلى أذنيه فقال: سمعته أذناي و وعاه قلبي قال: فقلت هذا ابن عمك معاوية ــ يعني ــ يأمرنا بأكل أموالنا بيننا بالباطل و أن نقتل أنفسنا و قد قال الله تعالى: يا أيها الذين آمنوا لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل قال: فجمع يديه فوضعهما على جبهته، ثم نكس هنية، ثم رفع رأسه فقال: أطعه في طاعة الله، و أعصه في معصية الله عز و جل.)

١٢٦. مسند أحمد > أول مسند عبد الله بن عمرو بن العاص رضي الله تعالى عنهما > أول مسند عبد الله بن عمرو بن العاص رضي الله تعالى عنهما

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا وكيع، ثنا الأعمش، عن زيد بن وهب، عن عبد الرحمن بن عبد رب الكعبة، عن عبد الله بن عمرو قـــال:: (كنت جالساً معه في ظل الكعبة و هو يحدث الناس قال: كنـــا مـــع رسول الله صلى الله عليه وسلم في سفر فنزلنا منـــزلاً، فمنـــا مـــن يضرب خباءه ومنا من هو في جشرة و منا من ينتـــضل، إذ نـــادى منادي رسول الله صلى الله عليه وسلم الصلاة جامعة قال: فانتهيـــت إليه و هو يخطب الناس و يقول: أيها الناس إنه لم يكن نبي قبلي إلا كان حقاً عليه أن يدل أمته على ما يعمله خيراً لهم و ينذرهم ما يعمله شراً لهم، ألا و إن عافية هذه الأمة في أولها و سيصيب آخرها بلاء و فتن يرفق بعضها بعضاً، تجيء الفتنة فيقول المؤمن: هذه مهلكتـــي ثم تنكشف، ثم تجيء فيقول: هذه هذه، ثم تجيء فيقول: هذه هذه، ثم تنكشف، فمن أحب أن يزحزح عن النار و يدخل الجنة فلتدركه منيته و هو يؤمن بالله و اليوم الآخر، و يأتي إلى الناس ما يحب أن يؤتى إليه، و من بايع إماماً فأعطاه صفقة يده و ثمـــرة قلبـــه فليطعـــه إن استطاع و قال مرة: ما استطاع و قال مرة: فلمـــا ســـمعتها أدخلـــت رأسي بين رجلين و قلت: فإن ابن عمك معاوية يأمرنا فوضع جمعه على جبهته ثم نكس ثو رفع رأسه فقال: اطعه في طاعة الله و اعصه في معصية الله. قلت له: أنت سمعت هذا من رســـول الله صـــلى الله عليه وسلم ؟ قال: نعم، سمعته أذناي و وعاه قلبي.).

١٢٧. مسند أحمد > تتمة مسند أبي هريرة رضي الله تعالى عنـــه > تتمـــة مسند أبي هريرة رضي الله تعالى عنه

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، حدثنا عفان، حدثنا وهيب، حدثنا سهيل، عن أبيه، عن أبي هريرة قال:: (قال رسول الله صلى الله عليه و سلم يوم خيبر: لأدفعن الراية إلى رجل يحب الله و رسوله يفتح الله عليه، قال: فقال عمر: فما أحببت الإمارة قبل يومئـــذ، فتطاولـــت لهـــا و استشرفت رجاء أن يدفعها إلي، فلما كان الغد، دعا علياً عليه السلام فدفعها إليه، فقال: قاتل و لا تلتفت حتى يفتح الله عليك، فسار قريباً ثم

نادى يا رسول الله علام أقاتل ؟ قال: حتى يشهدوا أن لا إلــه إلا الله، و أن محمداً رسول الله صلى الله عليه و سلم، فإذا فعلوا ذلــك، فقــد منعوا مني دماءهم و أموالهم إلا بحقها، و حسابهم علـــى الله عــز و جل.).

١٢٨. مسند أحمد > تتمة مسند أبي هريرة رضي الله تعالى عنـــه > تتمـــة مسند أبي هريرة رضي الله تعالى عنه
حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا موسى بن داود، ثنا ليث، عن محمــد بن عجلان، عن أبي الزناد، عن أبي هريرة،: (عن النبي صـــلى الله عليه و سلم أنه قال: إذا دخل أهل الجنة الجنة، و أهل النار النـــار، نادى مناد: يا أهل الجنة خلوداً فلا موت فيه، و يا أهل النار خلـــوداً فلا موت فيه ال: و ذكر لي خالد بن زياد أنه سمع أبا الزبير يـــذكر مثله، عن جابر و عبيد بن عمير، إلا أنه يحدث عنهما: أن ذلك بعــد الشفاعات و من يخرج من النار.).

١٢٩. مسند أحمد > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعـــالى عنهما > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعالى عنهما
حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا عبد الوهاب، عن أيوب، عن نـــافع، عن ابن عمر قال:: (نادى رجل رسول الله صلى الله عليـــه وســـلم فقال: ما نقتل من الدواب إذا أحرمنا ؟ قال: خمس لا جناح على مـــن قتلهن في قتلهن: الحدأة، و الغراب، و الفأرة، و الكلـــب العقـــور، و العقرب.).

١٣٠. مسند أحمد > مسند أبي هريرة رضي الله عنه > مسند أبي هريـــرة رضي الله عنه
حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا إسماعيل، ثنا أيوب، عن محمد، عـــن أبي هريرة قال:: (نادى رجل رسول الله صلى الله عليه وسلم فقـــال: أيصلي أحدنا في ثوب واحد ؟ قال: أو كلكم يجد ثوبين.).

١٣١. مسند أحمد > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعـــالى عنهما > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعالى عنهما

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا يحيى، عن عبيد الله أخبرني نافع، عن ابن عمر: (أن رجلاً نادى رسول الله صلى الله عليه وسلم: ما نلبس من الثياب إذا أحرمنا ؟ قال: لا تلبسوا القميص و لا العمائم و لا البرانس و لا السراويلات و لا الخفين، إلا أحد لا يجد نعلين. و قال يحيى، مرة: إلا أن يكون رجل ليس له نعلان فليقطعهما أسفل من الكعبين و لا يلبس ثوباً مسه ورس أو زعفران).

١٣٢. مسند أحمد > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعالى عنهما > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعالى عنهما

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا يحيى، عن عبيد الله أخبرني نافع، عن ابن عمر قال:: (نادى رجل رسول الله من أين تأمرنا نهل ؟ قال: يهل أهل المدينة من ذي الحليفة وأهل الشام من الجحفة، وأهل نجد من قرن. قال عبد الله، و يزعمون أنه قال: و أهل اليمن من يلملم).

١٣٣. مسند أحمد > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعالى عنهما > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعالى عنهما

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا أبو النضر ثنا عقبة بن أبي الصهباء، ثنا نافع، عن عبد الله بن عمر: (أن رسول الله صلى الله عليه وسلم نادى في الناس: الصلاة جامعة، فبلغ ذلك عبد الله، فانطلق إلى أهله جواداً، فألقى ثياباً كانت عليه، و لبس ثياباً كان يأتي فيها النبي صلى الله عليه وسلم، ثم انطلق إلى المصلى و رسول الله صلى الله عليه وسلم قد انحدر من منبره و قام الناس في وجهه فقال ما أحدث نبي الله صلى الله عليه وسلم اليوم ؟ قالوا: نهى عن النبيذ، قال: أي النبيذ ؟ قال: نهى عن الدباء و النقير، قال: فقلت لنافع: فالجرة ؟ قال: ما الجرة ؟ قال: قلت الحنتمة: قال: و ما الحنتمة ؟ قلت: القلة ؟ قال: لا، قلت: فالمزفت، قال: و ما المزفت ؟ قلت: الزق يزفت و الراقود يزفت، قال: لا لم ينه يومئذ إلا عن الدباء و النقير.)

١٣٤. مسند أحمد > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعالى عنهما > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعالى عنهما

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا سفيان عن أيوب، عن نافع، قال:: (كنا مع ابن عمر بضنجان، فأقام الصلاة ثم نادى ألا صلوا في الرحـــال، كان رسول الله صلى الله عليه وسلم يأمر منادياً في الليلة المطيرة أو الباردة، ألا صلوا في الرحال.).

١٣٥. مسند أحمد > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعـــالى عنهما > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعالى عنهما
حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا معاذ، ثنا ابن عون، عن نافع، عن ابن عمر قال:: (نادى رجل النبي صلى الله عليه وسلم، ماذا يلبس المحرم من الثياب ؟ فقال: لا تلبسوا القميص، و لا العمامة، و لا البرانس، و لا السراويلات، و لا الخفاف، إلا أن لا تكون نعال، فــإن لـــم تكـــن نعال، فخفين دون الكعبين و لا ثوباً مسه ورس، قال ابن عون: إمـــا قال: مصبوغ، و إما قال: مسه ورس و زعفران، قال ابن عـــون: و في كتاب نافع، مسه.).

١٣٦. مسند أحمد > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعـــالى عنهما > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعالى عنهما
حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا إسماعيل أنا أيوب، عن نافع، عن ابن عمر قال:: (نادى رجل رسول الله صلى الله عليه وســـلم قـــال: يـــا رسول الله صلى الله عليه وسلم كيف تأمرنا نصلي من الليل ؟ قـــال: يصلي أحدكم مثنى، مثنى فإذا خشي الصبح يصلي واحدة فأوترت له ما قد صلى.)

١٣٧. مسند أحمد > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعـــالى عنهما > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعالى عنهما
حدثنا عبد الله، حدثنا أبي ثنا علي بن عاصم أنبأنا خالد الحذاء عـــن عبد الله بن شقيق العقيلي عن ابن عمر قال:: (نادى رسول الله صلى الله عليه وسلم رجل من أهل البادية و أنا بينه و بين البدوي فقال: يا رسول الله كيف صلاة الليل ؟ فقال: مثنى مثنى، فإذا خشيت الـــصبح فواحدة و ركعتين قبل الغداة.).

١٣٨. مسند أحمد > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعالى عنهما > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعالى عنهما
حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا محمد بن عبيد، ثنا عبيد الله، عن نافع،: (أن ابن عمر نادى بالصلاة في ليلة ذات برد و ريح، ثم قال في آخر ندائه: ألا صلوا في رحالكم، ألا صلوا في رحالكم، ألا صلوا في الرحال، فإن رسول الله صلى الله عليه وسلم كان يأمر المؤذن إذا كانت ليلة باردة أو ذات مطر أو ذات ريح في السفر: ألا صلوا في الرحال

١٣٩. مستدرك الحاكم > كتاب التوبة و الإنابة > كتاب التوبة و الإنابة
أخبرني أبو بكر محمد بن عبد الله الشافعي، ثنا محمد بن مسلمة الواسطي، و محمد بن رمح السماك قالا: ثنا يزيد بن هارون، أنبأ سعيد بن إياس الجريري، عن أبي عبد الله الحيري، ثنا جندب قال:: (جاء أعرابي فأناخ راحلته ثم عقلها فصلى خلف رسول الله صلى الله عليه و سلم فلما سلم رسول الله صلى الله عليه و سلم أتى راحلته فأطلق عقالها ثم ركبها ثم نادى: اللهم ارحمني و محمداً و لا تشرك في رحمتنا أحداً، فقال النبي صلى الله عليه و سلم: أتقولون هو أضل أم بعيره، ألم تسمعوا ما قال ؟ قالوا: بلى. قال: لقد حظر رحمه الله واسعة إن الله خلق مائة رحمة فأنزل رحمة يعاطف بها الخلائق جنها و إنسها و بهائمها و عنده تسع و تسعون رحمة.).
هذا حديث صحيح الإسناد و لم يخرجاه

١٤٠. مسند أحمد > مسند عمر بن الخطاب رضي الله عنه > مسند عمر بن الخطاب رضي الله عنه
حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا خلف بن الوليد ثنا إسرائيل عن أبي إسحاق عن أبي ميسرة عن عمر بن الخطاب رضي الله عنه قال:: (لما نزل تحريم الخمر قال: اللهم بين لنا في الخمر بياناً شافياً، فنزلت هذه الآية التي في سورة البقرة يسألونك عن الخمر والميسر قل فيهما إثم كبير قال: فدعي عمر رضي الله عنه فقرئت عليه فقال: اللهم بين

لنا في الخمر بياناً شافياً فنزلت الآية التي في سورة النساء يـا أيهـا الذين آمنوا لا تقربوا الصلاة وأنتم سكارى فكان منادي رسـول الله صلى الله عليه وسلم إذا أقام الصلاة نـادى أن لا يقـربن الـصلاة سكران، فدعي عمر رضي الله عنه فقرئت عليه فقال: اللهم بين لنـا في الخمر بياناً شافياً فنزلت الآية التي في المائدة، فدعي عمر رضي الله عنه فقرئت عليه فلما بلغ فهل أنتم منتهون قال: فقال عمر رضي الله عنه: انتهينا انتهينا.).

١٤١. مسند أحمد > مسند عبد الله بن العباس بن عبد المطلب عـن النبـي صلى الله عليه > مسند عبد الله بن العباس بن عبد المطلب عن النبي صلى الله عليه

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا أبي عن ابن إسحاق حدثني حسين بـن عبد الله عن عكرمة عن ابن عباس قال:: (لما اجتمع القـوم لغـسل رسول الله صلى الله عليه وسلم، وليس في البيـت إلا أهلـه، عمـه العباس بن عبد المطلب، و علي بن أبي طالب، و الفضل بن العباس، و قثم بن العباس، و أسامة بن زيد بن حارثة، و صالح مولاه، فلمـا اجتمعوا لغسله نادى من وراء الباب أوس بن خولي الأنصاري ثـم أحد بني عوف بن الخزرج ــ وكان بدرياً ــ علي بن أبـي طالـب رضي الله عنه فقال له: يا علي، نشدتك الله وحظنا مـن رسـول الله صلى الله عليه وسلم، قال: فقال له علي: ادخل، فدخل فحضر غـسل رسول الله صلى الله عليه وسلم ولم يل من غسله شيئاً، قال: فأسـنده إلى صدره وعليه قميصه، وكان العباس و الفضل و قثم يقلبونه مـع علي بن أبي طالب رضي الله عنه، وكان أسامة بن زيـد و صـالح مولاهما يصبان الماء، وجعل علي يغسله ولم ير من رسول الله شيء مما يراه من الميت، وهو يقول: بأبي وأمي ما أطيبك حياً وميتاً، حتى إذا فرغوا من غسل رسول الله صلى الله عليه وسلم ــ وكان يغـسل بالماء والسدر ــ جففوه، ثم صنع به ما يصنع بالميت، ثم أدرج فـي ثلاثة أثواب، ثوبين أبيضين وبرد حبرة، ثم دعا العباس رجلين، فقال:

ليذهب أحدكما إلى أبي عبيدة بن الجراح، ــ وكان أبو عبيدة يضرح لأهل مكة وليذهب الآخر إلى أبي طلحة بن سهل الأنصاري وكــان أبو طلحة يلحد لأهل المدينة ــ قال: ثم قــال العبــاس لهمــا حــين سرحهما: اللهم خر لرسولك، قال: فذهبا فلم يجد صاحب أبي عبيــدة ــ أبا عبيدة، ووجد صاحب أبي طلحة ــ أبا طلحة فجاء بــه فلحــد لرسول الله صلى الله عليه وسلم.).

١٤٢. مسند أحمد > مسند عبد الله بن العباس بن عبد المطلب عــن النبــي صلى الله عليه > مسند عبد الله بن العباس بن عبد المطلب عن النبي صلى الله عليه

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا محمد بن بكر أنا ابن جريج قال: حدثني حسين بن عبد الله بن عبيد الله بن عباس و داود بن علي:: (أن رجلاً نادى ابن عباس والناس حوله فقال: سنة تبتغون بها النبيــذ أو هــو أهون عليكم من العسل اللبن ؟ فقال ابن عباس: جاء النبي صلى الله عليه و سلم عباساً فقال: اسقونا، فقال: إن هذا النبيذ شراب قد مغــث ومرث أفلا نسقيك لبناً وعسلاً ؟ فقال: اسقوني مما تسقون منه الناس، قال: فأتى النبي صلى الله عليه و سلم ومع أصحابه من المهــاجرين والأنصار بعساس فيها النبيذ فلما شرب النبي صلى الله عليه و ســلم عجل قبل أن يروى فرفع رأسه فقال: أحسنتم هكذا فاصنعوا، قال ابن عباس: فرضا رسول الله صلى الله عليه و سلم ذلك أعجب إلي مــن أن تسيل شعابها علينا لبناً وعسلاً.).

١٤٣. مسند أحمد > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعــالى عنهما > مسند عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله تعالى عنهما

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا عبد الرزاق، أنا معمر، عن الزهري، عن سالم، عن ابن عمر: (أن رجلاً نادى فقال: يــا رســول الله مــا يجتنب المحرم من الثياب ؟ فقال: لا يلبس السراويل و لا القميص و لا البرنس و لا العمامة و لا ثوباً مسه زعفران و لا ورس، و ليحرم أحدكم في إزار و رداء و نعلين فإن لم يجد نعلين فليلــبس خفــين و

ليقطعهما حتى يكونا أسفل من العقبين.).

١٤٤. مستدرك الحاكم > كتاب معرفة الصحابة رضي الله تعالى عـنهم >
ذكر مناقب أويس بن عامر القرني رضي الله تعالى عنه
حدثنا أبو العباس محمد بن يعقوب، ثنا العباس بن محمد الدوري، ثنا أبو نعيم، ثنا شريك، عن يزيد بن أبي زياد، عن عبد الرحمن بن أبي ليلى قال:: (لما كان يوم صفين نادى مناد مـن أصـحاب معاويـة أصحاب علي أفيكم أويس القرني ؟ قالوا: نعم فضرب دابتـه حتـى دخل معهم ثم قال: سمعت رسول الله صلى الله عليه و سـلم يقـول: خير التابعين أويس القرني.

١٤٥. مستدرك الحاكم > كتاب معرفة الصحابة رضي الله تعالى عـنهم >
ذكر البيان الواضح أن أمير المؤمنين علي بن أبي طالب رضي الله
حدثنا علي بن حمشاد العدل، ثنا محمد بن عثمان بن أبي شيبة، ثنـا يحيى بن عبد الحميد، ثنا شريك، عن عمران بن ظبيان، عـن أبـي يحيى: (قال نادى رجل من الغالين علياً و هو فـي الـصلاة صـلاة الفجر فقال: و لقد أوحي إليك و إلى الذين من قبلـك لـئن اشـركت ليحبطن عملك و لتكونن من الخاسرين فأجابه علي و هو في الصلاة: فاصبر إن وعد الله حق و لا يستخفنك الذين لا يوقنون.
هذه أحاديث صحيحة الأسانيد و لسيت بمسندة فكنت احكم عليها على ما جرى به الرسم.).

١٤٦. مستدرك الحاكم > كتاب معرفة الصحابة رضي الله تعالى عـنهم >
ذكر مناقب فاطمة بنت رسول الله صلى الله عليه و سلم
أخبرنا أبو بكر محمد بن عبد الله بن عتاب العبدي ببغداد، و أبو بكر بن أبي دارم الحافظ بالكوفة، و أبو العباس محمد بن يعقوب، و أبـو الحسين بن ماتي بالكوفة، و الحسن بن يعقوب العـدل قـالوا: ثنـا إبراهيم بن عبد الله العبسي، عن أبي جحي: (سمعت النبي صلى الله عليه و سلم يقول: إذا كان يوم القيامة نادى مناد وراء الحجاب: يـا أهل الجمع غضوا أبصاركم عن فاطمة بنت محمد صـلى الله عليـه

وسلم حتى تمر.
هذا حديث صحيح على شرط الشيخين و لم يخرجاه.).

١٤٧. مستدرك الحاكم > كتاب معرفة الصحابة رضي الله تعالى عنهم > ذكر مناقب طلحة بن عبيد الله التيمي رضي الله عنه
حدثني محمد بن ظفر الحافظ، و أنا سألته، حدثني الحسين بن عياش القطان، ثنا الحسين، ثنا يحيى بن عياش القطان، ثنا الحسين بن يحيى المروزي، ثنا غالب بن حليس الكلبي أبو الهيثم، ثنا جويرية بن أسماء، عن يحيى بن سعيد، ثنا ع: (لما كان يوم الجمل نادى علي في الناس: لا ترموا أحداً بسهم و لا تطعنوا برمح و لا تضربوا بسيف و لا تطلبوا القوم فإن هذا مقام من أفلح يوم القيامة قال: فتوافقنا ثم إن القوم قالوا بأجمع يا ثارات عثمان قال: و ابن حنيفة إمامنا بربوة معه اللواء قال: فناداه علي قال: فأقبل علينا يعرض وجهه فقال: يا أمير المؤمنين يقولون: يا ثارات عثمان فمد علي يده و قال: اللهم أكب قتلة عثمان اليوم بوجوههم ثم إن الزبير قال للأساورة: كانوا معه قال: أرموهم برشق و كأنه أراد أن ينشب القتال فلما نظر أصحابه إلى الإنتشاب لم ينتظروا و حملوا فهزمهم الله و رمى مروان بن الحكم، طلحة بن عبيد الله بسهم فشك ساقه بجنب فرسه فقبض به الفرس حتى لحقه فذبحه فالتفت مروان إلى أبان بن عثمان و هو معه فقال: لقد كفيتك أحد قتلة أبيك.

١٤٨. مستدرك الحاكم > كتاب معرفة الصحابة رضي الله تعالى عنهم > فمنها ذكر فضائل قريش
أخبرنا أبو الحسن علي بن محمد بن عقبة الشيباني بالكوفة، ثنا إبراهيم بن إسحاق الزهري، ثنا قبيصة بن عقبة، ثنا سفيان، عن عبد الله بن عثمان بن خثيم، عن إسماعيل بن عبيد بن رفاعة بن رافع الزرقي، عن أبيه، عن جده: (أن رسول الله صلى الله عليه و سلم قال لعمر بن الخطاب: يا عمر اجمع لي قومك فجمعهم ثم دخل عليه فقال: يا رسول الله قد جمعتهم فيدخلون عليك أم تخرج إليهم ؟ فقال:

بل أخرج إليهم فسمعت بذلك المهاجرون و الأنصار فقالوا: لقد جاء في قريش وحي فحضر الناظر و المستمع ما يقال لهم فقام بين أظهرهم فقال: هل فيكم غيركم قالوا: نعم فينا حلفاؤنا و أبناء إخواننا و موالينا. فقال رسول الله صلى الله عليه و سلم حلفاؤنا منا و موالينا منا ثم قال: ألستم تسمعون أوليائي منكم المتقون فإن كنتم أولئك فذلك و إلا فابصروا ثم أبصروا لا يأتين الناس بالأعمال و تأتون بالأثقال فيعرض عنكم ثم نادى فرفع صوته فقال: إن قريشاً أهل أمانة من بغاهم العواثر كبه الله لمنخره قالها ثلاثاً.).

هذا حديث صحيح الإسناد و لم يخرجاه

١٤٩. مستدرك الحاكم > كتاب الدعاء و التكبير و التهليل و التسبيح و الذكر > كتاب الدعاء و التكبير و التهليل و التسبيح و الذكر

حدثنا أبو بكر بن إسحاق الفقيه، أنبأ أحمد بن علي بن مسلم الأبار، ثنا الهيثم بن خارجة، ثنا الوليد بن مسلم، عن عفير بن معدان، عن سليم بن عامر، عن أبي أمامة رضي الله عنه،: (عن النبي صلى الله عليه و سلم قال: إذا نادى المنادي فتحت أبواب السماء و استجيب الدعاء فمن نزل به كرب أو شدة فليتحين المنادي فإذا كبر كبروا و إذا تشهد تشهدوا و إذا قال: حي على الصلاة قال حي على الصلاة و إذا قال حي على الفلاح قال حي على الفلاح ثم يقول: اللهم رب هذه الدعوة الصادقة المستجابة المستجاب لها دعوة الحق و كلمة التقوى أحينا عليها و أمتنا عليها و ابعثنا عليها و اجعلنا من خيار أهلها أحياء و أمواتاً ثم يسأل الله حاجته.).

هذا حديث صحيح الإسناد و لم يخرجاه

١٥٠. مستدرك الحاكم > كتاب الجهاد > كتاب الجهاد

أخبرنا أحمد بن محمد العنزي، ثنا عثمان بن سعيد الدارمي، ثنا محبوب بن موسى، أنبأ أبو إسحاق الفزاري، عن عبد الله بن شوذب، حدثني عامر بن عبد الواحد، عن عبد الله بن بريدة، عن عبد الله بن عمرو رضي الله عنهما قال:: (كان رسول الله صلى الله عليه و سلم

إذا أصاب غنيمة أمر بلالاً فنادى فـــي النـــاس فيجيئـــون بغنـــائمهم فيخمسها و يقسمها فجاء رجل بعد ذلك بزمام من شـــعر فقـــال: يـــا رسول الله هذا فيما كنا أصبناه من الغنيمة قال: أسمعت بلالاً نـــادى ثلاثاً ؟ قال: نعم قال: فما منعك أن تجيء به ؟ قال: يـــا رســـول الله فاعتذر قال: كن أنت تجيء به يوم القيامة فلن أقبله عنك.).
هذا حديث صحيح الإسناد و لم يخرجاه

١٥١. مستدرك الحاكم > كتاب قتال أهل البغي > كتاب قتال أهل البغـــي و هو آخر الجهاد
حدثنا محمد بن صالح بن هانيء، ثنا أبو سعيد محمد بن شاذان، ثنـــا علي بن حجر، ثنا شريك، عن السدي، عن يزيد بن ضبيعة العبـــسي قال:: (نادى منادي عمار يوم الجمل و قد ولى الناس: ألا لا يـــذاف على جريح و لا يقتل مولى و من ألقى السلاح فهو آمن فشق ذلـــك علينا و قد روى في هذا الباب حديث مسند:).

١٥٢. مستدرك الحاكم > كتاب تواريخ المتقدمين من الأنبياء و المرسلين > ذكر نبي الله يونس بن متن عليه الصلاة و السلام و هو الذي سماه
أخبرنا أبو محمد الأسفرائيني، ثنا محمد بن أحمد بن البراء، ثنا عبد المنعم بن إدريس، عن أبيه، عن وهب:: (أن يونس بن متى كان عبداً صالحاً و كان في خلقه ضيق فلما حملت عليه أثقال النبوة و لها أثقال لا يحملها إلا قليل فتفسخ تحتها تفسخ الربع تحت الحمل فقذفها مـــن بدنه و خرج هارباً منها يقول عز و جل لنبيه محمد صلى الله عليه و سلم فاصبر كما صبر أولو العزم من الرسل و اصبر لحكم ربك و لا تكن كصاحب الحوت إذ نادى و هو مكظوم أي لا تلق أخـــرى كمـــا ألقاه.).

١٥٣. مستدرك الحاكم > كتاب معرفة الصحابة رضي الله تعالى عـــنهم > ذكر مناقب عكرمة بن أبي جهل و اسم أبيه مشهور
أخبرناه محمد بن محمد البغدادي، ثنا محمد بن عمـــرو بـــن خالـــد الحراني، ثنا أبي ثنا ابن لهيعة، عن أبي الأسود، عن عروة قـــال::

(فر عكرمة بن أبي جهل يوم الفتح عامداً إلى اليمن و أقبلت أم حكيم بنت الحارث بن هشام و هي يومئذ مسلمة و هي تحت عكرمة بـــن أبي جهل فاستأذنت رسول الله صلى الله عليه و سلم في طلب زوجها فأذن لها و آمنة فخرجت برومي لها فراودها عن نفسها فلـــم تـــزل تمنيه و تقرب له حتى قدمت على أناس من مكة فاســـتغاثتهم عليـــه فأوثقوه فأدركت زوجها ببعض تهامة و قد كان ركب في سفينة فلمـــا جلس فيها نادى باللات و العزى فقال أصحاب السفينة: لا يجوز هـــا هنا أحد يدعو شيئاً إلا الله وحده مخلصاً فقال عكرمة: و الله لئن كان في البحر وحده أنه في البر وحده أقسم بالله لأرجعن إلى محمد صلى الله عليه و سلم فرجع عكرمة مع أمرأته فدخل على رسول الله صلى الله عليه و سلم فبايعه فقبل منه و دخل رجل من هذيل حين هزمـــت بنو بكر على امرأته فاراً فلامته و عجزته و عيرته بالفرار فقال:

و أنت لو رأيتنا بالخندمة إذ فر صفوان و فـــر عكرمـــة و الحمونـــا بالسيوف المسلمة يقطعن كل ساعد و جمجمة لم تنطفي في اللوم أدنى كلمة قال عروة: و استشهد يوم أجنادين من المسلمين ثم من قريش ثم من بني مخزوم عكرمة بن أبي جهل.).

١٥٤. صحيح ابن خزيمة > كتاب المناسك > باب الإحـــرام فـــي الأزر و الأردية و النعال

حدثنا محمد بن رافع، ثنا عبد الرازق، أخبرنا معمر، عن الزهـــري، عن سالم، عن ابن عمر:: (أن رجلاً نادى فقال: يا رســـول الله مـــا يجتنب المحرم من الثياب ؟ فقال: لا تلبسوا السراويل، و لا القمص، و لا البرانس، و لا العمامة، و لا ثوب مسه الزعفران و لا ورس. و ليحرم أحدكم في إزار ورداء و نعلين فإن لم يجد نعلين فليلبس خفين، و ليقطعهما حتى يكونا إلى الكعبين.).

١٥٥. مستدرك الحاكم > كتاب الإمامة و صلاة الجماعة > باب التأمين

حدثنا علي بن حمشاد العدل، ثنا هشام بن علي ثنا عياش بن الوليـــد الرقام ثنا عبد الأعلى ثنا محمد بن إسحاق أخبرني سعيد بـــن أبـــي

سعيد، عن أبيه، عن أبي هريرة قال:: (صلى بنا رسول الله صلى الله عليه و سلم الظهر، فلما سلم نادى رجلاً كان في آخر الصفوف فقال: يا فلان ألا تتقي الله، ألا تنظر كيف تصلي ؟ إن أحدكم إذا قام يصلي إنما يقوم يناجي ربه فلينظر كيف يناجيه، إنكم ترون إني لا أراكم، إني و الله لأرى من خلف ظهري كما أرى من بين يدي. هذا حديث صحيح على شرط مسلم، و لم يخرجاه على هذه السياقة.).

١٥٦. مستدرك الحاكم > كتاب الصوم > كتاب الصوم

أخبرنا أبو عمرو عثمان بن أحمد بن السماك ببغداد، ثنا أحمد بن عبد الجبار، ثنا أبو بكر بن عياش.و حدثنا أبو محمد أحمد بن عبد الله المزني، ثنا أحمد بن نجدة، ثنا سعيد بن منصور، و أبو كريب قالا: ثنا أبو بكر بن عياش، عن: (قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: إذا كان أول ليلة من رمضان صفدت الشياطين و مردة الجن و غلقت أبواب النار فلم يفتح منها باب و فتحت أبواب الجنان فلم يغلق منها باب و نادى مناد: يا باغي الخير أقبل و يا باغي الشر أقصر و لله عتقاء من النار.).

هذا حديث صحيح على شرط الشيخين و لم يخرجاه بهذه السياقة

١٥٧. مستدرك الحاكم > كتاب فضائل القرآن > أخبار في فضائل القرآن جملة

أخبرناه أبو بكر محمد بن المؤمل بن الحسن بن عيسى، ثنا الفضل بن محمد الشعراني، ثنا عبد الله بن محمد النفيلي، ثنا محمد بن سلمة، ثنا محمد بن إسحاق، عن عبد الله بن أبي بكر، عن أبي الزناد، عن الأعرج، عن أبي هريرة رضي: (أن النبي صلى الله عليه و سلم نادى أبي بن كعب و هو قائم يصلي فلم يجبه فقال: ما منعك أن تجيبني يا أبي ؟ فقال: كنت أصلي فقال: ألم يقل الله تبارك و تعالى: استجيبوا لله و للرسول إذا دعاكم، لا تخرج من المسجد حتى أعلمك سورة ما أنزل الله في التوراة و الإنجيل و الزبور مثلها و إنها السبع الذي أوتيت الطول و أنها القرآن العظيم.).

قد أخرج البخاري في الجامع الصحيح حديث ابن أبي ذئب عن سعيد المقبري عن أبي هريرة عن النبي صلى الله عليه و سلم قال: الحمد لله أم القرآن و السبع المثاني و القرآن العظيم. هذه اللفظة فقط.

١٥٨. مستدرك الحاكم > كتاب البيوع > كتاب البيوع

أخبرني أبو الحسن علي بن أحمد بن فرقوب التمار بهمدان، ثنا إبراهيم بن الحسين، ثنا أبو اليمان، أخبرني شعيب بن أبي حمزة، عن الزهري، عن عمارة بن خزيمة، أن عمه حدثه و كان من أصحاب النبي صلى الله عليه و سلم.و حدثنا علي بن: (أن عمه أخبره و كان من أصحاب رسول الله صلى الله عليه و سلم: أن رسول الله صلى الله عليه و سلم ابتاع فرساً من رجل من الأعراب فاستتبعه رسول الله صلى الله عليه و سلم ليقضي ثمن فرسه فأسرع رسول الله صلى الله عليه و سلم المشي و أبطأ الأعرابي فطفق رجال يعترضون الأعرابي و يساومونه الفرس و لا يشعرون أن رسول الله صلى الله عليه و سلم قد ابتاعه حتى زاد بعضهم الأعرابي في السوم فلما زادوا نادى الأعرابي: يا رسول الله إن كنت مبتاعاً هذا الفرس فابتعه و إلا بعته فقام رسول الله صلى الله عليه و سلم حين سمع نداء الأعرابي حتى أتى الأعرابي فقال رسول الله صلى الله عليه و سلم: أو ليس قد ابتعت منك قال: لا و الله ما بعتكه قال: بل ابتعته منك فطفق الناس يلوذون برسول الله صلى الله عليه و سلم و بالأعرابي و هما يتراجعان فطفق الأعرابي يقول: هلم شهيداً إني بايعتك. فقال خزيمة: أشهد أنك بايعته فأقبل رسول الله صلى الله عليه و سلم على خزيمة فقال: بم تشهد فقال: بتصديقك، فجعل رسول الله صلى الله عليه و سلم شهادة خزيمة شهادة رجلين.).

هذا حديث صحيح الإسناد و رجاله باتفاق الشيخين ثقات، و لم يخرجاه، و عمارة بن خزيمة سمع هذا الحديث من أبيه أيضاً

١٥٩. صحيح ابن خزيمة > كتاب الصلاة > باب النائم عن الصلاة والناسي لها، لا يستيقظ ولا يدركها إلا أنا أبو طاهر، نا أبو بكر، ثنا يحيي بن

سعيد القطان و ابن أبي عدي و محمد بن جعفر و سهل بن يوسف و عبد الوهاب بن عبد المجيد الثقفي، قالوا: ثنا عوف عن أبي رجـــاء، ثنا عمران بن حصين، قال:: (كنا في سفر مع رسول الله صـــلى الله عليه وسلم، وإنا سرينا ذات ليلة حتى إذا كان السحر قبـــل الـــصبح وقعنا تلك الوقعة، ولا وقعة أحلى عند المسافر منها، فما أيقظنـــا إلا حر الشمس، وكان أول من استيقظ فلان، ثم فلان، كان يسميهم أبـــو رجاء، ويسميهم عوف، ثم عمر الرابع. وكان رسول الله صـــلى الله عليه وسلم إذا نام لم نوقظه حتى يكون هو يستيقظ، لأنا لا ندري ما يحدث له في نومه. فلما استيقظ عمر بن الخطاب ورأى ما أصـــاب الناس فكان رجلا أجوف جليدا، فكبر ورفع صوته بالتكبير، فما زال يكبر ويرفع صوته حتى استيقظ رسول الله صلى الله عليـــه وســـلم بصوته، فلما استيقظ شكوا إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم الذي أصابهم. فقال: لا ضير، أو لا يضير، ارتحلوا. فارتحلوا، فسار غير بعيد، ثم نزل فدعا بماء فتوضأ، ثم نادى بالصلاة فصلى بالناس.).

١٦٠. صحيح ابن خزيمة > كتاب الصيام > باب ذكر البيان أن النبي صلى الله عليه و سلم إنما أراد بقوله

ثنا محمد بن العلاء بن كريب، ثنا أبو بكر بن عياش، عن الأعمـــش عن أبي صالح، عن أبي هريرة، قال:: (قال رســـول الله صـــلى الله عليه و سلم: إذا كان أول ليلة من رمضان صفدت الشياطين مـــردة الجن، و غلقت أبواب النار، فلم يفتح منها بـــاب، و فتحـــت أبـــواب الجنان فلم يغلق منها باب، و نادى مناد يا باغي الخير أقبـــل، و يـــا باغي الشر أقصر، ولله عتقاء من النار.).

١٦١. مستدرك الحاكم > كتاب الإيمان > كتاب الإيمان

حدثنا أبو العباس محمد بن يعقوب، ثنا الربيع بن مسلم، ثنا بشر بـــن بكر، حدثني ابن جابر قال: سمعت سليم بن عامر يقـــول: ســـمعت عوف بن مالك الأشجعي يقول:: (نزلنا مع رسول الله صلى الله عليه وسلم منزلاً فاستيقظت من الليل فإذا لا أرى في العسكر شيئاً أطـــول

من مؤخرة رحلي، لقد لصق كل إنسان و بعيره بالأرض، فقمت أتخلل الناس حتى دفعت إلى مضجع رسول الله صلى الله عليه وسلم فإذا ليس فيه، فوضعت يدي على الفراش فإذا هو بارد، فخرجت أتخلل الناس أقول: إنا لله و إنا إليه راجعون ذهب برسول الله صلى الله عليه وسلم حتى خرجت من العسكر كله، فنظرت سواداً فرميت بحجر فمضيت إلى السواد، فإذا معاذ بن جبل و أبو عبيدة بن الجراح و إذا بين أيدينا صوت كدوي الرحا أو كصوت الهصباء حين يصيبها الريح، فقال بعضنا لبعض: يا قوم أثبتوا حتى تصبحوا أو يأتيكم رسول الله صلى الله عليه وسلم، قال: فلبثنا ما شاء الله، ثم نادى: أثم معاذ بن جبل، و أبو عبيدة بن الجراح، و عوف بن مالك ؟ فقلنا: أي نعم، فأقبل إلينا فخرجنا نمشي معه لا نسأله عن شيء و لا نخبره بشيء، فقعد على فراشه فقال: أتدرون ما خيرني به ربي الليلة ؟ فقلنا: الله و رسوله أعلم. قال: فإنه خيرني بين أن يدخل نصف أمتي الجنة و بين الشفاعة فاخترت الشفاعة قلنا: يا رسول الله، ادع الله أن يجعلنا من أهلها. قال: هي لكل مسلم.).

هذا حديث صحيح على شرط مسلم و لم يخرجاه، و رواته كلهم ثقات على شرطهما جميعاً، و ليس له علة، و ليس في سائر أخبار الشفاعة و هي لكل مسلم.

١٦٢. مستدرك الحاكم > كتاب الإيمان > كتاب الإيمان

حدثنا أبو العباس محمد بن يعقوب، ثنا العباس بن محمد الدوري، ثنا عبد الصمد بن عبد الوارث، حدثني أبي، حدثني الجريري، عن أبي عبد الله الجسري، ثنا جندب قال:: (جاء أعرابي فأناخ راحلته، ثم عقلها فصلى خلف رسول الله صلى الله عليه و سلم، فلما سلم رسول الله صلى الله عليه و سلم أتى راحلته فأطلق عقالها ثم ركبها ثم نادى اللهم ارحمني و محمداً و لا تشرك في رحمتنا أحداً. فقال رسول الله صلى الله عليه و سلم: ما تقول أهو أضل أم بعيره ؟ ألم تسمعوا ما قال ؟ قالوا: بلى. فقال: لقد حظر رحمة واسعة، إن الله خلق مائة

رحمة فأنزل رحمة تعاطف بها الخلائق جنها و إنسها و بهائمهـا، و عنده تسعة و تسعون، تقولون أهو أضل أم بعيره ؟.).

١٦٣. مستدرك الحاكم > كتاب الإيمان > كتاب الإيمان

حدثنا أبو العباس محمد بن يعقوب، ثنا بحر بن نصر بن سابق الخولاني، ثنا بشر بن بكر، حدثني ابن جابر قال: سمعت سليم بن عامر يقول: سمعت عوف بن مالك الأشجعي يقول:: (نزلنا مع رسول الله صلى الله عليه و سلم منزلاً فاستيقظت من الليل، فإذا لا أرى شيئاً اطول من مؤخرة رحلي، قد لصق كل إنسان و بعيره بالأرض، فقمت أتخلل الناس حتى وقعت إلى مضجع رسول الله صلى الله عليه و سلم، فإذا هو ليس فيه فوضعت يدي على الفراش فإذا هو بارد فخرجت أتخلل الناس و أقول: إنا لله و إنا إليه راجعون، ذهب برسول الله صلى الله عليه و سلم، حتى خرجت من العسكر كله فنظرت سواداً فمضيت فرميت بحجر، فمضيت إلى السواد فإذا معاذ بن جبل، و أبو عبيدة بن الجراح، و إذا بين أيدينا صوت كدوي الرحى، أو كصوت الهضباء حين يصيبها الريح، فقال بعضنا لبعض: يا قوم، أثبتوا حتى تصبحوا أو يأتيكم رسول الله صلى الله عليه و سلم، فلبثنا ما شاء الله، ثم نادى: أثم معاذ بن جبل، و أبو عبيدة و عوف بن مالك ؟ فقلنا: نعم، فأقبل إلينا فخرجنا لا نسأله عن شيء و لا يخبرنا حتى قعد على فراشه، فقال: أتدري ما خيرني ربي الليلة ؟ فقلنا: الله و رسوله أعلم. قال: فإنه خيرني بين أن يدخل نصف أمتي الجنة و بين الشفاعة فاخترت الشفاعة. فقلنا: يا رسول الله، ادع الله أن يجعلنا من أهلها، قال: هي لكل مسلم.

هذا حديث صحيح على شرط مسلم، فقد احتج بسليم بن عامر، و أما سائر رواته فمتفق عليهم، و لم يخرجاه.

و قد رواه سعيد بن أبي عروبة، و هشام بن سنبر، عن قتادة، عن أبي المليح، عن عوف بن مالك. أما حديث سعيد.).

١٦٤. صحيح ابن حبان > كتاب إخباره صلى الله عليه وسلم عن مناقب

الصحابة > باب وصف الجنَّة وأهلها
أخبرنا إسماعيل بن داود بن وردان بالفسطاط، قال: حدثنا عيسى بن حماد، قال: أخبرنا الليث، عن ابن عجلان، عن أبي الزناد، عن الأعرج، عن أبي هريرة،: (عن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: (إذا دخل أهل الجنة الجنة، وأهل النار النار، نادى مناد: يا أهل الجنة، خلود ولا موت فيه، ويا أهل النار خلود ولا موت فيه)).

١٦٥. صحيح ابن خزيمة > كتاب الصلاة > باب الأمر بالخشوع في الصلاة

أخبرنا أبو طاهر، نا أبو بكر، نا الفضل بن يعقوب الجزري، نا عبد الأعلى، نا محمد – وهو ابن إسحاق – حدثني سعيد بن أبي سعيد عن أبيه عن أبي هريرة، قال:: (صلى بنا رسول الله صلى الله عليه وسلم الظهر، فلما سلم نادى رجلا كان في آخر الصفوف، فقال: يا فلان ألا تتقي الله، ألا تنظر كيف تصلي ؟ إن أحدكم إذا قام يصلي إنما يقوم يناجي ربه، فلينظر كيف يناجيه. إنكم ترون إني لا أراكم، إني والله لأرى من خلف ظهري كما أرى من بين يدي.).

١٦٦. صحيح ابن خزيمة > كتاب الصلاة > باب إباحة ترك الجماعة في السفر، و الأمر بالصلاة في الرحال ف

أنا أبو طاهر، نا أبو بكر، نا أحمد بن منيع و زياد بن أيوب، قالا: ثنا إسماعيل، قال أحمد: قال: نا أيوب، و قال زياد: قال: أخبرنا أيوب، عن نافع، و ثنا سعيد بن عبد الرحمن، ثنا سفيان بن عيينة، عن أي: (عن ابن عمران أنه نادى بالصلاة ثم قال: صلوا في رحالكم، ثم حدث أن رسول الله صلى الله عليه و سلم كان يفعل ذلك في الليلة المطيرة و الباردة في السفر. قال أبو بكر: هذه اللفظة في الليلة المطيرة و الباردة، تحتمل معنيين أحدهما: أن تكون الليلة مطيرة و باردة جميعاً، و تحتمل أن يكون أراد الليلة المطيرة و الليلة الباردة أيضاً و إن لم تجتمع العلتان جميعاً في ليلة واحدة. و خبر حماد بن زيد دال على أنه أراد أحد المعنيين، كانت الليلة

مطيرة، أو كانت باردة.).

١٦٧. صحيح ابن خزيمة > كتاب الصلاة > باب باحة ترك الجماعة في السفر في الليلة المظلمة، و إن لم تك

و أخبرنا الشيخ الفقيه أبو الحسن علي بن المسلم السلمي، نا عبد العزيز بن أحمد قال: أنا الأستاذ الإمام أبو عثمان إسماعيل بن عبد الرحمن الصابوني قراءة عليه، قال: أخبرنا أبو طاهر محمد بن الفضل بن محمد بن إسحاق بن خزيمة، نا أبو بكر محمد ب: (كنا إذا كنا مع رسول الله صلى الله عليه و سلم في سفر فكانت ليلة ظلماء أو ليلة مطيرة أذن مؤذن رسول الله صلى الله عليه و سلم، أو نادى مناديه: أن صلوا في رحالكم.).

١٦٨. صحيح ابن خزيمة > كتاب الصلاة > باب الأذان للصلاة بعد ذهاب الوقت و إن كانت الإقامة تجزيء

أخبرنا أبو طاهر، نا أبو بكر، ثنا بندار، ثنا يحيى بن سعيد و ابن أبي عدي و محمد بن جعفر و سهل بن يوسف و عبد الوهاب بن عبد المجيد، قالوا: ثنا عوف عن أبي رجاء، قال، ثنا عمران بن حصين، قال:: (كنا في سفر مع رسول الله صلى الله عليه وسلم فذكر الحديث في نومهم عن الصلاة حتى طلعت الشمس. وقال: ثم نادى بالصلاة، فصلى بالناس.).

١٦٩. صحيح ابن حبان > كتاب الأطعمة > باب ما يجوز أكله وما لا يجوز

أخبرنا محمد بن إسحاق بن إبراهيم مولى ثقيف، قال: حدثنا محمد بن رافع، قال: حدثنا عبد الرزاق، قال: حدثنا معمر، عن أيوب، عن ابن سيرين عن أنس بن مالك،: (أن منادي رسول الله صلى الله عليه وسلم نادى: (إن الله ورسوله ينهيانكم عن لحوم الحمر الأهلية، فإنها رجس).).

١٧٠. صحيح ابن حبان > كتاب إخباره صلى الله عليه وسلم عن مناقب الصحابة > باب إخباره صلى الله عليه وسلم عن البعث وأحوال

الناس في ذلك ا
أخبرنا أبو يزيد خالد بن النضر بن عمرو القرشي بالبصرة، قال: حدثنا محمد بن بشار، قال: حدثنا محمد بن بكر، قال: حدثنا عبد الحميد بن جعفر،قال: حدثني أبي، عن زياد بن ميناء عن أبي سعيد بن أبي فضالة الأنصاري ــ: (وكان من الصحابة ــ عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: (إذا جمع الله الأولين والآخرين في يوم لا ريب فيه نادى منادى من أشرك في عمل عمله لله، فليطلب ثوابه من عند غير الله، فإن الله أغنى الشركاء عن الشرك).
قال أبوحاتم: الصحيح هو أبو سعد بن أبي فضالة.).

١٧١. صحيح ابن حبان > كتاب التاريخ > باب وفاته صلى الله عليه وسلم
أخبرنا عمران بن موسى بن مجاشع، حدثنا هناد بن السري، حدثنا عبدة بن سليمان، عن ابن إسحاق، عن يحيى بن عباد، عن أبيه، عن عائشة: قالت: (لما اجتمعوا لغسل رسول الله صلى الله عليه وسلم اختلفوا بينهم، فقالوا: والله ما ندري أنجرد رسول الله صلى الله عليه وسلم كما نجرد موتانا، أو نغسله وعليه ثيابه ؟ قالت: فأرسل الله عليهم النوم، حتى إن منهم من رجل إلا ذقنه في صدره، ثم نادى مناد من جانب البيت ما يدرون ما هو: أن اغسلوا رسول الله صلى الله عليه وسلم وعليه قميصه، قال: فوثبوا إليه وثبة رجل واحد، فغسلوا رسول الله صلى الله عليه وسلم وعليه قميصه يصبون عليه الماء، ويدلكونه من وراء القميص، وكان الذي أجلسه في حجره علي بن أبي طالب أسنده إلى صدره، قالت: فما رئي من رسول الله صلى الله عليه وسلم شيء مما يرى من الميت.).

١٧٢. صحيح ابن خزيمة > كتاب الوضوء > باب ذكر الدليل على أن الجنب يجزيه التيمم عند الإعواز من الما
أخبرنا أبو طاهر، نا أبو بكر، نا بندار، نا يحيى بن سعيد و بن أبي عدي و محمد بن جعفر و سهل بن يوسف و عبد الوهاب بن عبد المجيد الثقفي، قالوا: حدثنا عوف عن أبي رجاء العطاردي، نا

عمران بن حصين، قال:: (كنا في سفر مع رسول الله صلى الله عليه وسلم وإنا سرينا ذات ليلة، حتى إذا كان السحر قبل الصبح وقعنا تلك الوقعة، ولا وقعة أحلى عند المسافر منها، فما أيقظنا إلا حر الشمس، فذكر بعض الحديث. وقال: ثم نادى بالصلاة فصلى بالناس ثم انفتل من صلاته، فإذا رجل معتزل لم يصل مع القوم. فقال له: ما منعك يا فلان أن تصلي مع القوم ؟ فقال: يا رسول الله أصابتني جنابة ولا ماء. فقال: عليك بالصعيد فإنه يكفيك. ثم سار واشتكى إليه الناس، فدعا فلانا – قد سماه أبا رجاء ونسيه عوف – ودعا علي بن أبي طالب، فقال لهما: اذهبا، فابغيا لنا الماء. فانطلقا فتلقيا امرأة بين سطيحتين أو مزادتين – على بعير، فذكر الحديث. وقال، ثم نودي في الناس: أن اسقوا واستقوا. فسقي من شاء واستقى من شاء. قال: وكان آخر ذلك أن أعطى الذي أصابته الجنابة إناء من ماء، وقال: اذهب فأفرغه عليك.

قال أبو بكر: ففي هذا الخبر أيضا دلالة على أن المتيمم إذا صلى بالتيمم ثم وجد الماء فاغتسل إن كان جنبا، أو توضأ إن كان محدثا، لم يجب عليه إعادة ما صلى بالتيمم. إذ النبي صلى الله عليه وسلم لم يأمر المصلي بالتيمم لما أمره بالاغتسال بإعادة ما صلى بالتيمم. وفي الخبر أيضا دلالة على أن المغتسل بالجنابة لا يجب عليه الوضوء قبل إفاضة الماء على الجسد غير أعضاء الوضوء. إذ النبي صلى الله عليه وسلم لما أمر الجنب بإفراغ الماء على نفسه ولم يأمره بالبدء بالوضوء وغسل أعضاء الوضوء، ثم إفاضة الماء على سائر البدن، كان في أمره إياه ما بان وصح أن الجنب إذا أفاض على نفسه كان مؤديا لما عليه من فرض الغسل.وفي هذا ما دل على أن بدء المغتسل بالوضوء ثم إفاضة الماء على سائر البدن، اختيار واستحباب، لا فرض وإيجاب.).

١٧٣. صحيح ابن حبان > كتاب إخباره صلى الله عليه وسلم عن مناقب الصحابة > باب وصف الجنَّة وأهلها

أخبرنا عبداالله بن محمد الأزدي، قال: حدثنا إسحاق بن إبراهيم، قال: أخبرنا عفان، قال: حدثنا حماد بن سلمة، قال: حدثنا ثابت البنــاني، عن عبد الرحمن ابن أبي ليلى، عن صهيب قال:: (تــلا رســول الله صلى الله عليه وسلم هذه الآية للذين أحسنوا الحسنى وزيادة قال: (إذا دخل أهل الجنة الجنة، وأهل النار النار نادى مناد: يا أهل الجنة، إن لكم عند الله موعداً يحب أن ينجزكموه، فيقولون: وما هو ؟ ألم يثقــل الله موازيننا، ويبيض وجوهنا، ويدخلنا الجنة، ويجرنا من النار؟ قال: فيكشف الحجاب، فينظرون إليه، فوالله ما أعطاهم الله شيئاً أحب إليهم من النظر إليه)).

١٧٤. صحيح ابن حبان > كتاب الصلاة > باب صلاة الخوف

أخبرنا عبد الله بن محمد الأزدي، قال: حدثنا إسحاق بــن إبــراهيم، قال: أخبرنا معاذ بن هشام، قال: حدثني أبي، عن قتادة، عن سليمان اليشكري : (أنه سأل جابر بن عبد الله عن إقصار الصلاة في الخوف أين أنزل وأين هو ؟ فقال: خرجنا نتلقى عيرًا لقريش أتت من الشام، حتى إذا كنا بنخل، جاء رجل إلى رسول الله صلى الله عليــه وســلم وسيفه موضوع، فقال: أنت محمد ؟ قال: (نعم)، قال: أما تخــافني ؟ قال: (لا)، قال: فمن يمنعك مني ؟ قال: (الله يمنعني منك)، قال: فسل سيفه، وتهدده القوم وأوعدوه، فأمر رسول الله صلى الله عليه وســلم الناس بالرحيل وبأخذ السلاح، ثم نادى بالصلاة، فصلت طائفة خلفــه وطائفة تحرس مقبلين على العدو، فصلى رسول الله صلى الله عليــه وسلم بالطائفة التي معه ركعتين، وأقبلت الطائفة الأخرى فقامت فــي مصاف الذين صلوا مع رسول الله صلى الله عليه وسلم، وحرســت الطائفة الذين صلوا مع رسول الله صلى الله عليه وسلم وهم مقبلــون على العدو، فصلى بهم رسول الله صلى الله عليه وســلم ركعتــين، فصار لرسول الله صلى الله عليه وسلم أربعا ولأصحابه ركعتين.

١٧٥. صحيح ابن حبان > كتاب الحج > باب مواقيت الحج

أخبرنا الحسن بن سفيان بنسا، و أحمد بن علي بن المثنى التميمــي

بالموصل، قال: حدثنا العباس بن الوليد النرسي أبو الفضل، حدثنا يحيى بن سعيد القطان، حدثنا عبيد الله بن عمر بن حفص العمري، أخبرني نافع عن عبدالله بن عمر: (أن رجلاً نادى النبي صلى الله عليه وسلم فقال: من أين تأمرنا أن نهل؟ فقال صلى الله عليه وسلم: ((يهل أهل المدينة من ذي الحليفة، ويهل أهل الشام من الجحفة، ويهل أهل نجد من قرن)).

قال عبدالله بن عمر: ويزعمون أنه قال: ((ويهل أهل اليمن من يلملم)) أو ألملم- شك يحيى وعن عبدالله بن عمر، أن رجلاً سأل رسول الله صلى الله عليه وسلم: ما نلبس من الثياب إذا أحرمنا؟ فقال: ((لا تلبسوا القميص، ولا السراويلات، ولا العمائم، ولا البرانس، ولا الخفاف إلا أن يكون الرجل ليست له نعلان، فليقطع الخفين أسفل من الكعبين، ولا يلبس ثوباً مسه زعفران أو ورس))

١٧٦. صحيح ابن حبان > كتاب السير > باب الخروج وكيفية الجهاد

أخبرنا أبو يعلى الموصلي في كتاب (المشايخ)، حدثنا عبد الله بن محمد بن أسماء، حدثنا جويرية، عن نافع، عن ابن عمر، قال:: (نادى فينا منادي رسول الله صلى الله عليه وسلم يومن أنصرف عن الأحزاب: ألا لا يصلين أحد الظهر إلا في بني قريظة، فتخوف ناس فوت الوقت فصلوا دون بني قريظة، وقال الآخرون لا نصلي إلا حيث أمرنا رسول الله صلى الله عليه وسلم وإن فاتنا الوقت، قال: فما عنف واحدا من الفريقين.).

١٧٧. صحيح ابن حبان > كتاب السير > باب الغلول

أخبرنا أحمد بن الحسن بن عبد الجبار الصوفي ببغداد، حدثنا محمد بن عبد الرحمن بن سهم الأنطاكي، حدثنا أبو إسحاق الفزاري، عن عبد الله بن شوذب قال: حدثني عامر بن عبد الواحد، عن عبد الله بن بريدة، عن عبد الله بن عمرو، قال:: (كان رسول الله صلى الله عليه وسلم::إذا أصاب مغنما، أمر بلالا، فنادى في الناس ثلاثة، فيجيء الناس بغنائمهم، فيخمسها ويقسمها، فأتاه رجل بعد ذلك بزمام من

شعر، فقال: يا رسول الله، هذا فيما كنا أصبنا في الغنيمة، قال: (مـــا سمعت بلالا نادى ثلاثا) ؟ قال: نعم قال: (فما منعك أن تجيء بـــه)، فاعتذر إليه، فقال صلى الله عليه وسلم: (كن أنت الذي تجيء به يوم القيامة، فلن أقبله منك)).

١٧٨. صحيح ابن حبان > كتاب التاريخ > باب تبليغه صلى الله عليه وسلم الرِّسالة وما لقي من قومه

أخبرنا إسحاق بن إبراهيم بن إسماعيل، حدثنا الحـــسن بـــن علـــي الحلواني، حدثنا أبو أسامة، عن الأعمش، عن عمرو بن مرة، عـــن سعيد بن جبير، عن ابن عباس، قال:: (لما نزلت هذه الآية: وأنـــذر عشيرتك الأقربين ورهطك منهم المخلصين. قال: وهن في قراءة عبد الله، خرج رسول الله صلى الله عليه وسلم حتى أتى الصفا، فـــصعد عليها، ثم نادى: (يا صباحاه)، فاجتمع الناس إليه، فبين رجل يجـــيء وبين رجل يبعث رسوله، فقال صلى الله عليه وسلم: (يا بنـــي عبـــد المطلب، يا بني فهر، يا بني عبد مناف، يا بني، يا بني، أرأيتم لـــو أخبرتكم أن خيلاً بسفح هذا الجبل تريد أن تغير عليكم، أصدقتموني) ؟ قالوا: نعم، قال: (نذير لكم بين يدي عذاب شديد)، فقال أبو لهـــب: تباً لك سائر اليوم، أما دعوتمونا إلا لهذا، ثم قام، فنزلت: (تبت يـــدا أبي لهب، وقد تب، وقالوا: ما جربنا عليك كذباً.).

١٧٩. سنن الدارمي > ومن كتاب الرقاق > باب: في سجود المؤمنين يـــوم القيامة

أخبرنا محمد بن يزيد البزاز، عن يونس بن بكير قال: أخبرني ابـــن إسحاق قال: أخبرني سعيد بن يسار قال: سمعت أبا هريرة يقـــول:: (سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول: إذا جمـــع الله العبـــاد بصعيد واحد نادى مناد: يلحق كل قوم بما كانوا يعبدون. فيلحق كـــل قوم بما كانوا يعبدون، ويبقى الناس على حالهم، فيأتيهم فيقول: ما بال الناس ذهبوا وأنتم هاهنا ؟ فيقولون: ننتظر إلهنا، فيقول: هل تعرفونه ؟ فيقولون: إذا تعرف إلينا عرفناه. فيكشف لهم عن ســـاقه، فيقعـــون

سجودا، فذلك قول الله تعالى: يوم يكشف عن ساق ويدعون إلى السجود فلا يستطيعون ويبقى كل منافق فلا يستطيع أن يسجد، ثم يقودهم إلى الجنة.).

١٨٠. صحيح ابن حبان > كتاب الصلاة > باب الوعيد على ترك الصلاة
أخبرنا عمر بن محمد الهمداني، حدثنا يوسف بن موسى القطان، حدثنا مالك بن إسماعيل النهدي، حدثنا جويرية بن أسماء، عن نافع: (عن ابن عمر أن رسول الله صلى الله عليه وسلم نادى فيهم يوم انصرف عنهم الأحزاب: (ألا لا يصلين أحد الظهر إلا في بني قريظة). فأبطأ ناس، فتخوفوا فوت وقت الصلاة فصلوا، و قال آخرون: لا نصلي إلا حيث أمرنا رسول الله صلى الله عليه وسلم، وإن فات الوقت، فما عنف رسول الله صلى الله عليه وسلم واحداً من الفريقين.قال أبو حاتم: لو كان تأخير المرء للصلاة عن وقتها إلى أن يدخل وقت الصلاة الأخرى يلزمه بذلك اسم الكفر، لما أمر المصطفى صلى الله عليه وسلم، أمته بالشيء الذي يكفرون بفعله، ولعنف فاعل ذلك، فلما لم يعنف فاعله، دل ذلك على أنه لم يكفر كفراً يشبه الارتداد.).

١٨١. صحيح ابن حبان > كتاب الصلاة > باب فرض الجماعة الأعذار التي تبيح تركها
أخبرنا أبو يعلى، قال: حدثنا أبو خيثمة، قال: حدثنا جرير، عن يحيى بن سعيد الأنصاري، عن القاسم بن محمد،: (عن ابن عمر، قال: كنا إذا كنا مع رسول الله، صلى الله عليه وسلم في سفر، فكانت ليلة ظلماء، أو ليلة مطيرة، أذن مؤذن رسول الله، صلى الله عليه وسلم، أو نادى مناديه: أن صلوا في رحالكم.).

١٨٢. صحيح ابن حبان > كتاب الصلاة > باب النوافل
أخبرنا أبو خليفة، حدثنا مسدد، عن إسماعيل بن علية، عن أيوب، عن نافع : (عن ابن عمر قال: نادى رجل رسول الله صلى الله عليه وسلم، فقال: كيف تأمرنا أن نصلي من الليل ؟ فقال: (يصلي أحدكم

مثنى مثنى، فإذا خشي الصبح، صلى واحدة أوترت له ما قد صلى من الليل)).

١٨٣. صحيح ابن حبان > كتاب الصلاة > باب النوافل

أخبرنا شباب بن صالح بواسط، حدثنا وهب بن بقية، أخبرنا خالد عن خالد، عن عبد الله بن شقيق: (عن ابن عمر قال: نادى رجل رسول الله صلى الله عليه وسلم وأنا بينهما كيف صلاة الليل ؟ فقال:(مثنى مثنى، فإذا خشيت الصبح فصل واحدة وسجدتين قبل الصبح).

١٨٤. موطأ مالك > كتاب الصلاة > باب ما جاء في أم القرآن

حدثني يحيى عن مالك عن العلاء بن عبد الرحمن بن يعقوب أن أبا سعيد مولى عامر بن كريز أخبره: (أن رسول الله صلى الله عليه وسلم نادى أبي بن كعب وهو يصلي فلما فرغ من صلاته لحقه فوضع رسول الله صلى الله عليه وسلم يده على يده وهو يريد أن يخرج من باب المسجد فقال إني لأرجو أن لا تخرج من المسجد حتى تعلم سورة ما أنزل الله في التوراة ولا في الإنجيل ولا في القرآن مثلها قال أبي فجعلت إبطي في المشي رجاء ذلك ثم قلت يا رسول الله السورة التي وعدتني قال كيف تقرأ إذا افتتحت الصلاة قال فقرأت الحمد لله رب العالمين حتى أتيت على آخرها فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم هي هذه السورة وهي السبع المثاني والقرآن العظيم الذي أعطيت). الحكم على الكتاب بشكل عام: قال الشافعي ما على ظهر الأرض كتاب بعد كتاب الله أصح من كتاب مالك يعني الموطأ. (وقد مات الشافعي عام ٢٠٤هـ قبل ظهور البخاري ومسلم)

١٨٥. سنن الدارمي > أبواب متفرقة: في صفات النبي وفي العلم ونحوها > باب ما أكرم الله النبي صلى الله عليه و سلم من تفجير الماء من

أخبرنا محمد بن عبد الله بن نمير: ثنا أبو الجواب، عن عمار ابن زريق، عن الأعمش، عن إبراهيم، عن علقمة، عن عبد الله، قال:: (زلزلت الأرض على عهد عبد الله، فأخبر بذلك، فقال: إنا كنا أصحاب محمد صلى الله عليه و سلم نرى الآيات بركات، و أنتم

ترونها تخويفاً، بينا نحن مع رسول الله صلى الله عليه و سلم في سفر إذ حضرت الصلاة، و ليس معنا ماء إلا يسير، فدعا رسول الله صلى الله عليه و سلم بماء في صحفة، و وضع كفه فيه، فجعل الماء ينبجس من بين أصابعه، ثم نادى: (حي على الوضوء و البركة من الله). فأقبل الناس فتوضؤوا، و جعلت لا هم لي إلا ما أدخله بطني، لقوله: (و البركة من الله).).

١٨٦. سنن الدارمي > كتاب الصلاة > باب: ما يستحب من تأخير العشاء

أخبرنا حجاج بن منهال و عمرو بن عاصم قالا: حدثنا حماد بن سلمة: ثنا عاصم بن بهدلة، عن أبي صالح، عن أبي هريرة قال:: (أخر رسول الله صلى الله عليه وسلم صلاة العشاء ذات ليلة، حتى كاد أن يذهب ثلث الليل أو قريبه فجاء وفي الناس رقود، وهم عزون ن وهي حلق، فغضب فقال: لو أن رجلا نادى الناس ــ وقال عمرو: ندب الناس ــ إلى عرق أو مرماتين لأجابوا إليه، وهم يتخلفون عن هذه الصلاة، لهممت أن آمر رجلا ليصلي بالناس، ثم أتخلف على أهل هذه الدور الذين يتخلفون عن هذه الصلاة، فأضرمها عليهم بالنيران.).

١٨٧. صحيح ابن حبان > كتاب البر والإحسان > باب ما جاء في الطاعات وثوابها

أخبرنا محمد بن علي بن المثنى قال: حدثنا أمية بن بسطام، قال: حدثنا يزيد بن زريع، قال: حدثنا روح بن القاسم، عن سهيل بن أبي صالح، عن القعقاع بن حكيم، عن أبي صالح عن أبي هريرة، عن النبي صلى الله عليه وسلم، قال:: (((إن الله إذا أحب عبداً نادى جبريل: إني قد أحببت فلاناً فأحبه، قال: فيقول جبريل لأهل السماء: إن ربكم أحب فلاناً فأحبوه، فيحبه أهل السماء، قال: ويوضع له القبول في الأرض، وإذا أبغض عبداً فمثل ذلك)).).

١٨٨. صحيح ابن حبان > كتاب البر والإحسان > باب الإخلاص وأعمال السر

أخبرنا أحمد بن الحسن بن عبدالجبار، قال: حدثنا يحيى بن معين، قال: حدثنا محمد بن بكر، قال: حدثنا عبدالحميد بن جعفر، قال: حدثني أبي، عن زياد بن ميناء عن أبي سعيد بن أبي فضالة الأنصاري وكان من الصحابة قال: سمعت رسول الله صلى الله عليه وسل: (((إذا جمع الله الأولين والآخرين يوم القيامة، ليوم لا ريب فيه، نادى مناد: من كان أشرك في عمله لله أحداً، فليطلب ثوابه من عنده، فإن الله أغنى الشركاء عن الشرك)).

١٨٩. سنن ابن ماجة > كتاب الذبائح > باب لحوم الحمر الوحشية

حدثنا محمد بن يحيى ثنا عبد الرزاق أنبأنا معمر عن أيوب عن بن سيرين عن أنس بن مالك: (أن منادي النبي صلى الله عليه وسلم نادى إن الله ورسوله ينهيانكم عن لحوم الحمر الأهلية فإنها رجس)

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال الحافظ ابن حجر: كتاب النسائي أقل الكتب بعدالصحيحين حديثا ضعيفا ورجلا مجروحا ويقاربه كتاب أبي داود وكتاب الترمذي ويقابله في الطرف الآخر كتاب ابن ماجة فإنه تفرد فيه بإخراج أحاديث عن رجال متهمين بالكذب وسرقة الأحاديث وبعض تلك الأحاديث لا تعرف إلا من جهتهم

١٩٠. سنن ابن ماجة > كتاب الذبائح > باب لحوم الحمر الوحشية

حدثنا سويد بن سعيد ثنا علي بن مسهر عن أبي إسحاق الشيباني قال: (سألت عبد الله بن أبي أوفى عن لحوم الحمر الأهلية فقال أصابتنا مجاعة يوم خيبر ونحن مع النبي صلى الله عليه وسلم وقد أصاب القوم حمرا خارجا من المدينة فنحرناها وإن قدورنا لتغلي إذ نادى منادي النبي صلى الله عليه وسلم أن اكفئوا القدور ولا تطعموا من لحوم الحمر شيئا فأكفأناها فقلت لعبد الله بن أبي أوفى حرمها تحريما قال تحدثنا إنما حرمها رسول الله صلى الله عليه وسلم ألبته من أجل أنها تأكل العذرة).

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال الحافظ ابن حجر: كتاب النسائي أقل الكتب بعدالصحيحين حديثا ضعيفا ورجلا مجروحا ويقاربه كتاب

أبي داود وكتاب الترمذي ويقابله في الطرف الآخر كتاب ابن ماجة فإنه تفرد فيه بإخراج أحاديث عن رجال متهمين بالكذب وسرقة الأحاديث وبعض تلك الأحاديث لا تعرف إلا من جهتهم

١٩١. سنن ابن ماجة > كتاب الصيد > باب الضب

حدثنا أبو كريب ثنا عبد الرحيم بن سليمان عن داود بن أبي هند عن أبي نضرة عن أبي سعيد الخدري قال: (نادى رسول الله صلى الله عليه وسلم رجل من أهل الصفة حين انصرف من الصلاة فقال يا رسول الله إن أرضنا أرض مضبة فما ترى في الضباب قال بلغني أنه أمة مسخت فلم يأمر به ولم ينه عنه).

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال الحافظ ابن حجر: كتاب النسائي أقل الكتب بعدالصحيحين حديثا ضعيفا ورجلا مجروحا ويقاربه كتاب أبي داود وكتاب الترمذي ويقابله في الطرف الآخر كتاب ابن ماجة فإنه تفرد فيه بإخراج أحاديث عن رجال متهمين بالكذب وسرقة الأحاديث وبعض تلك الأحاديث لا تعرف إلا من جهتهم

١٩٢. سنن ابن ماجة > كتاب الفتن > باب ما يكون من الفتن

حدثنا أبو كريب ثنا أبو معاوية وعبد الرحمن المحاربي ووكيع عن الأعمش عن زيد بن وهب عن عبد الرحمن بن عبد رب الكعبة: (قال انتهيت إلى عبد الله بن عمرو بن العاص وهو جالس في ظل الكعبة والناس مجتمعون عليه فسمعته يقول بينا نحن مع رسول الله صلى الله عليه وسلم في سفر إذ نزل منزلا فمنا من يضرب خباءه ومنا من ينتضل ومنا من هو في جشره إذ نادى مناديه الصلاة جامعة فاجتمعنا فقام رسول الله صلى الله عليه وسلم فخطبنا فقال إنه لم يكن نبي قبلي إلا كان حقا عليه أن يدل أمته على ما يعلمه خيرا لهم وينذرهم ما يعلمه شرا لهم وإن أمتكم هذه جعلت عافيتها في أولها وإن أخرهم يصيبهم بلاء وأمور تنكرونها ثم تجيء فتن يرقق بعضها بعض فيقول المؤمن هذه مهلكتي ثم تنكشف ثم تجيء فتنه فيقول المؤمن هذه مهلكتي ثم تنكشف فمن سره أن يزحزح عن النار ويدخل الجنة

فلتدركه موتته وهو يؤمن بالله واليوم الآخر وليأت إلى الناس الـذي يحب أن يأتوا إليه ومن بايع إماما فأعطاه صفقة يمينه وثمـرة قلبـه فليطعه ما استطاع فإن جاء آخر ينازعه فاضربوا عنق الآخر قـال فأدخلت رأسي من بين الناس فقلت أنشدك الله أنت سمعت هـذا مـن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال فأشار بيده إلى أذنيه فقال سمعته أذناي ووعاه قلبي).

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال الحافظ ابن حجر: كتاب النـسائي أقل الكتب بعدالصحيحين حديثا ضعيفا ورجلا مجروحا ويقاربه كتاب أبي داود وكتاب الترمذي ويقابله في الطرف الآخر كتاب ابن ماجـة فإنه تفرد فيه بإخراج أحاديث عن رجال متهمين بالكـذب وسـرقة الأحاديث وبعض تلك الأحاديث لا تعرف إلا من جهتهم

١٩٣. سنن ابن ماجة > كتاب الزهد > باب الرياء والسمعة

حدثنا محمد بن بشار وهارون بن عبد الله الحمـال وإسـحاق بـن منصور ثنا محمد بن بكر البرساني أنبأنا عبد الحميـد بـن جعفـر أخبرني أبي عن زياد بن ميناء عن أبي سـعد بـن أبـي فـضالة الأنصاري وكان من الصحابة قال قال رسول الله صـلى الله عليـه وسلم: (إذا جمع الله الأولين والآخرين يوم القيامة ليوم لا ريب فيـه نادى مناد من كان أشرك في عمل عمله لله فليطلب ثوابه مـن عنـد غيـر الله فـإن الله أغنـى الـشركاء عـن الـشرك).

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال الحافظ ابن حجر: كتاب النـسائي أقل الكتب بعدالصحيحين حديثا ضعيفا ورجلا مجروحا ويقاربه كتاب أبي داود وكتاب الترمذي ويقابله في الطرف الآخر كتاب ابن ماجـة فإنه تفرد فيه بإخراج أحاديث عن رجال متهمين بالكـذب وسـرقة الأحاديث وبعض تلك الأحاديث لا تعرف إلا من جهتهم

١٩٤. سنن النسائي (المجتبى) > كتاب البيعة > باب ذكر ما على من بايع الامام وأعطاه صفقة يده

أخبرنا هناد بن السري عن أبي معاوية عن الأعمش عن زيـد بـن

وهب عن عبد الرحمن بن عبد رب الكعبة قال: (انتهيت إلى عبد الله بن عمرو وهو جالس في ظل الكعبة والناس عليه مجتمعون قال فسمعته يقول بينا نحن مع رسول الله صلى الله عليه وسلم في سفر إذ نزلنا منزلا فمنا من يضرب خباءه ومنا من ينتضل ومنا من هو في جشرته إذ نادى منادى النبي صلى الله عليه وسلم الصلاة جامعة فاجتمعنا فقام النبي صلى الله عليه وسلم فخطبنا فقال إنه لم يكن نبي قبلي إلا كان حقا عليه أن يدل أمته على ما يعلمه خيرا لهم وينذرهم ما يعلمه شرا لهم وإن أمتكم هذه جعلت عافيتها في أولها وإن آخرها سيصيبهم بلاء وأمور ينكرونها تجيء فتن فيدقق بعضها لبعض فتجئ الفتنة فيقول المؤمن هذه مهلكتي ثم تنكشف ثم تجيء فيقول هذه مهلكتي ثم تنكشف فمن أحب منكم أن يزحزح عن النار ويدخل الجنة فلتدركه موتته وهو مؤمن بالله واليوم الآخر وليأت إلى الناس ما يحب أن يؤتى إليه ومن بايع إماما فأعطاه صفقة يده وثمرة قلبه فليطعه ما استطاع فإن جاء أحد ينازعه فاضربوا رقبة الآخر فدنوت منه فقلت سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول هذا قال نعم وذكر الحديث).

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال ابن الصلاح: أطلق الخطيب والسلفي الصحة علىكتاب النسائي وقال ابن حجر: وأطلق عليه أيضا اسم الصحة أبو علي النيسابوري وأبو أحمد بن عدي وأبو الحسن الدارقطني وابن منده وعبد الغني بن سعيد وأبو يعلى الخليلي وغيرهم

١٩٥. سنن النسائي (المجتبى) > كتاب الفرع والعتيرة > باب تفسير الفرع

أخبرنا أبو الأشعث أحمد بن المقدام قال حدثنا يزيد وهو بن زريع قال أنبأنا خالد عن أبي المليح عن نبيشة قال: (نادى النبي صلى الله عليه وسلم رجل فقال إنا كنا نعتر عتيرة يعني في الجاهلية في رجب فما رجب فما تأمرنا قال اذبحوها في أي شهر كان وبروا الله وأطعموا قال إنا كنا نفرع فرعا في الجاهلية قال في كل سائمة فرع حتى إذا استحمل ذبحته وتصدقت بلحمه فإن ذلك هو خير).

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال ابن الـصلاح: أطلـق الخطيـب والسلفي الصحة علىكتاب النسائي وقال ابن حجر: وأطلق عليه أيضا اسم الصحة أبو علي النيسابوري وأبو أحمد بن عدي وأبو الحـسن الدارقطني وابن منده وعبد الغني بن سعيد وأبو يعلى الخليلي وغيرهم

١٩٦. سنن النسائي (المجتبى) > كتاب الأشربة > باب تحريم الخمر قال الله يا أيها الذين آمنوا ـ ـ

أخبرنا أبو بكر أحمد بن محمد بن إسحاق السني قراءة عليه في بيته قال أنبأنا الإمام أبو عبد الرحمن أحمد بن شعيب النسائي رحمـه الله تعالى قال أنبأنا أبو داود قال حدثنا عبيد الله بن موسى قـال أنبأنـا إسرائيل عن أبي إسحاق عن أبي ميسرة عن عمر رضي الله عنـه قال: (لما نزل تحريم الخمر قال عمر اللهم بين لنا في الخمـر بيانـا شافيا فنزلت الآية التي في البقرة فدعي عمر فقرئت عليه فقال عمر اللهم بين لنا في الخمر بيانا شافيا فنزلت الآية التي في النساء يا أيها الذين آمنوا لا تقربوا الصلاة وأنتم سكارى فكان منادي رسـول الله صلى الله عليه وسلم إذا أقام الصلاة نادى لا تقربوا الـصلاة وأنـتم سكارى فدعي عمر فقرئت عليه فقال اللهم بين لنا في الخمـر بيانـا شافيا فنزلت الآية التي في المائدة فدعي عمر فقرئت عليه فلما بلـغ فهل أنتم منتهون قـال عمـر رضـي الله عنـه انتهينـا انتهينـا).
الحكم على الكتاب بشكل عام: قال ابن الـصلاح: أطلـق الخطيـب والسلفي الصحة علىكتاب النسائي وقال ابن حجر: وأطلق عليه أيضا اسم الصحة أبو علي النيسابوري وأبو أحمد بن عدي وأبو الحـسن الدارقطني وابن منده وعبد الغني بن سعيد وأبو يعلى الخليلي وغيرهم

١٩٧. سنن ابن ماجة > >

حدثنا عبد القدوس بن محمد ثنا حجاج ثنا حماد عن ثابت البناني عن عبد الرحمن بن أبي ليلى عن صهيب قال: (تلا رسول الله صلى الله عليه وسلم هذه الآية للذين أحسنوا الحسنى وزيادة وقال إذا دخل أهل الجنة الجنة وأهل النار النار نادى مناد يا أهل الجنة إن لكم عنـد الله

موعدا يريد أن ينجزكموه فيقولون وما هو ألم يثقل الله موازيننا ويبيض وجوهنا ويدخلنا الجنة وينجنا من النار قال فيكشف الحجاب فينظرون إليه فوالله ما أعطاهم الله شيئا أحب إليهم من النظر يعني إليه ولا أقر لأعينهم).

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال الحافظ ابن حجر: كتاب النسائي أقل الكتب بعدالصحيحين حديثا ضعيفا ورجلا مجروحا ويقاربه كتاب أبي داود وكتاب الترمذي ويقابله في الطرف الآخر كتاب ابن ماجة فإنه تفرد فيه بإخراج أحاديث عن رجال متهمين بالكذب وسرقة الأحاديث وبعض تلك الأحاديث لا تعرف إلا من جهتهم

١٩٨. سنن ابن ماجة > كتاب الجنائز > باب ما جاء في ثواب من عاد مريضا

حدثنا محمد بن بشار ثنا يوسف بن يعقوب ثنا أبو سنان القسملي عن عثمان بن أبي سودة عن أبي هريرة قال قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: (من عاد مريضا نادى مناد من السماء طبت وطاب ممشاك وتبوأت من الجنة منزلا).

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال الحافظ ابن حجر: كتاب النسائي أقل الكتب بعدالصحيحين حديثا ضعيفا ورجلا مجروحا ويقاربه كتاب أبي داود وكتاب الترمذي ويقابله في الطرف الآخر كتاب ابن ماجة فإنه تفرد فيه بإخراج أحاديث عن رجال متهمين بالكذب وسرقة الأحاديث وبعض تلك الأحاديث لا تعرف إلا من جهتهم

١٩٩. سنن الترمذي > كتاب تفسير القرآن عن رسول الله > باب ومن سورة الكهف

حدثنا محمد بن بشار وغير واحد قالوا حدثنا محمد بن بكر البرساني عن عبد الحميد بن جعفر أخبرني أبي عن بن ميناء عن أبي سعد بن أبي فضالة الأنصاري وكان من الصحابة قال سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول: (إذا جمع الله الناس يوم القيامة ليوم لا ريب فيه نادى مناد من كان أشرك في عمل عمله لله أحدا فليطلب

ثوابه من عند غير الله فإن الله أغنى الشركاء عن الشرك قال أبو عيسى هذا حديث حسن غريب لا نعرفه إلا من حديث محمد بن بكر)
قال الترمذي: حسن غريب

٢٠٠. سنن الترمذي > كتاب تفسير القرآن عن رسول الله > باب ومن سورة يونس

بسم الله الرحمن الرحيم حدثنا محمد بن بشار حدثنا عبد الرحمن بن مهدي حدثنا حماد بن سلمة عن ثابت البناني عن عبد الرحمن بن أبي ليلى عن صهيب عن النبي صلى الله عليه وسلم: (في قول الله للذين أحسنوا الحسنى وزيادة قال إذا دخل أهل الجنة الجنة نادى مناد إن لكم عند الله موعدا يريد أن ينجزكموه قالوا ألم تبيض وجوهنا وتنجنا من النار وتدخلنا الجنة قال فيكشف الحجاب قال فوالله ما أعطاهم الله شيئا أحب إليهم من النظر إليه قال أبو عيسى حديث حماد بن سلمة هكذا روى غير واحد عن حماد بن سلمة مرفوعا وروى سليمان بن المغيرة هذا الحديث عن ثابت عن عبد الرحمن بن أبي ليلى قوله ولم يذكر فيه عن صهيب عن النبي صلى الله عليه وسلم).

٢٠١. سنن الترمذي > كتاب تفسير القرآن عن رسول الله > باب ومن سورة مريم

حدثنا قتيبة حدثنا عبد العزيز بن محمد عن سهيل بن أبي صالح عن أبيه عن أبي هريرة أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: (إذا أحب الله عبدا نادى جبريل إني قد أحببت فلانا فأحبه قال فينادي في السماء ثم تنزل له المحبة في أهل الأرض فذلك قول الله إن الذين آمنوا وعملوا الصالحات سيجعل لهم الرحمن ودا وإذا أبغض الله عبدا نادى جبريل إني أبغضت فلانا فينادي في السماء ثم تنزل له البغضاء في الأرض قال أبو عيسى هذا حديث حسن صحيح وقد روى عبد الرحمن بن عبد الله بن دينار عن أبيه عن أبي صالح عن أبي هريرة عن النبي صلى الله عليه وسلم نحو هذا).
قال الترمذي: حسن صحيح

٢٠٢. سنن النسائي (المجتبي) > كتاب مناسك الحج > باب النهي عن لبس العمامة في الإحرام

أخبرنا أبو الأشعث قال حدثنا يزيد بن زريع قال حدثنا أيوب عن نافع عن بن عمر قال: (نادى النبي صلى الله عليه وسلم رجل فقال ما نلبس إذا أحرمنا قال لا تلبس القميص ولا العمامة ولا السراويل ولا البرنس ولا الخفين إلا أن لا تجد نعلين فإن لم تجد النعلين فما دون الكعبين).

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال ابن الصلاح: أطلق الخطيب والسلفي الصحة علىكتاب النسائي وقال ابن حجر: وأطلق عليه أيضا اسم الصحة أبو علي النيسابوري وأبو أحمد بن عدي وأبو الحسن الدارقطني وابن منده وعبد الغني بن سعيد وأبو يعلى الخليلي وغيرهم

٢٠٣. سنن النسائي (المجتبي) > كتاب مناسك الحج > باب النهي عن لبس العمامة في الإحرام

أخبرنا أبو الأشعث أحمد بن المقدام قال حدثنا يزيد بن زريع قال حدثنا بن عون عن نافع عن بن عمر قال: (نادى النبي صلى الله عليه وسلم رجل فقال ما نلبس إذا أحرمنا قال لا تلبس القميص ولا العمائم ولا البرانس ولا السراويلات ولا الخفاف إلا أن لا يكون نعال فإن لم يكن نعال فخفين دون الكعبين ولا ثوبا مصبوغا بورس أو زعفران أو مسه ورس أو زعفران).

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال ابن الصلاح: أطلق الخطيب والسلفي الصحة علىكتاب النسائي وقال ابن حجر: وأطلق عليه أيضا اسم الصحة أبو علي النيسابوري وأبو أحمد بن عدي وأبو الحسن الدارقطني وابن منده وعبد الغني بن سعيد وأبو يعلى الخليلي وغيرهم

٢٠٤. سنن أبي داود > كتاب الصلاة > باب التخلف عن الجماعة في الليلة الباردة

حدثنا عثمان بن أبي شيبة ثنا أبو أسامة عن عبيد الله عن نافع عن بن عمر: (أنه نادى بالصلاة بضجنان في ليلة ذات برد وريح فقال في

آخر ندائه ألا صلوا في رحالكم ألا صلوا في الرحال ثم قال إن رسول الله صلى الله عليه وسلم كان يأمر المؤذن إذا كانت ليلة باردة أو ذات مطر في سفر يقول ألا صلوا في رحالكم).

الحكم على الكتاب بشكل عام: ذكر الإمام أبو داود مصنف هذا الكتاب أن الأحاديث التي في كتابه هي أصح ما عرف في الباب وقال ما كان في كتابي من حديث فيه وهن شديد فقد بينته وما لم أذكر فيه شيئا فهو صالح

٢٠٥. سنن أبي داود > أول كتاب الجهاد > باب في الرجل يكري دابته على النصف أو السهم

حدثنا إسحاق بن إبراهيم الدمشقي أبو النضر ثنا محمد بن شعيب أخبرني أبو زرعة يحيى بن أبي عمرو السيباني عن عمرو بن عبد الله أنه حدثه عن واثلة بن الأسقع قال: (نادى رسول الله صلى الله عليه وسلم في غزوة تبوك فخرجت إلى أهلي فأقبلت وقد خرج أول صحابة رسول الله صلى الله عليه وسلم فطفقت في المدينة أنادي ألا من يحمل رجلا له سهمه فنادى شيخ من الأنصار قال لنا سهمه على أن نحمله عقبة وطعامه معنا قلت نعم قال فسر على بركة الله تعالى قال فخرجت مع خير صاحب حتى أفاء الله علينا فأصابني قلائص فسقتهن حتى أتيته فخرج فقعد على حقيبة من حقائب إبله ثم قال سقهن مدبرات ثم قال سقهن مقبلات فقال ما أرى قلائصك إلا كراما قال إنما هي غنيمتك التي شرطت لك قال خذ قلائصك يابن أخي فغير سهمك أردنا).

الحكم على الكتاب بشكل عام: ذكر الإمام أبو داود مصنف هذا الكتاب أن الأحاديث التي في كتابه هي أصح ما عرف في الباب وقال ما كان في كتابي من حديث فيه وهن شديد فقد بينته وما لم أذكر فيه شيئا فهو صالح.

٢٠٦. سنن أبي داود > أول كتاب الضحايا > باب في العتيرة:

حدثنا مسدد ح وثنا نصر بن علي عن بشر بن المفضل المعنى ثنا

خالد الحذاء عن أبي قلابة عن أبي المليح قال قال نبيشة: (نادى رجل رسول الله صلى الله عليه وسلم إنا كنا نعتر عتيرة في الجاهلية في رجب فما تأمرنا قال اذبحوا لله في أي شهر كان وبروا الله وأطعموا قال إنا كنا نفرع فرعا في الجاهلية فما تأمرنا قال في كل سائمة فرع تغذوه ماشيتك حتى إذا استحمل قال نصر استحمل للحجيج ذبحته فتصدقت بلحمه قال خالد أحسبه قال على بن السبيل فإن ذلك خير قال خالد قلت لأبي قلابة كم السائمة قال مائة).

الحكم على الكتاب بشكل عام: ذكر الإمام أبو داود مصنف هذا الكتاب أن الأحاديث التي في كتابه هي أصح ما عرف في الباب وقال ما كان في كتابي من حديث فيه وهن شديد فقد بينته وما لم أذكر فيه شيئا فهو صالح.

٢٠٧. سنن أبي داود > كتاب الأدب > باب من ليست له غيبة:

حدثنا علي بن نصر أخبرنا عبد الصمد بن عبد الوارث من كتابه قال حدثني أبي ثنا الجريري عن أبي عبد الله الجشمي قال ثنا جندب قال: (جاء أعرابي فأناخ راحلته ثم عقلها ثم دخل المسجد فصلى خلف رسول الله صلى الله عليه وسلم فلما سلم رسول الله صلى الله عليه وسلم أتى راحلته فأطلقها ثم ركب ثم نادى اللهم ارحمني ومحمدا ولا تشرك في رحمتنا أحدا فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم أتقولون هو أضل أم بعيره ألم تسمعوا إلى ما قال قالوا بلى).

الحكم على الكتاب بشكل عام: ذكر الإمام أبو داود مصنف هذا الكتاب أن الأحاديث التي في كتابه هي أصح ما عرف في الباب وقال ما كان في كتابي من حديث فيه وهن شديد فقد بينته وما لم أذكر فيه شيئا فهو صالح.

٢٠٨. سنن الترمذي > كتاب صفة الجنة عن رسول الله > باب ما جاء في رؤية الله

حدثنا محمد بن بشار حدثنا عبد الرحمن بن مهدي حدثنا حماد بن سلمة عن ثابت البناني عن عبد الرحمن بن أبي ليلى عن صهيب عن

النبي صلى الله عليه وسلم: (في قوله للذين أحسنوا الحسنى وزيادة قال إذا دخل أهل الجنة الجنة نادى مناد أن لكم عند الله موعدا قالوا ألم يبيض وجوهنا وينجينا من النار ويدخلنا الجنة قالوا بلى قال فينكشف الحجاب قال فوالله ما أعطاهم شيئا أحب إليهم عن النظر إليه قال أبو عيسى هذا حديث إنما أسنده حماد بن سلمة ورفعه وروى سليمان بن المغيرة وحماد بن زيد هذا الحديث عن ثابت البناني عن عبد الرحمن بن أبي ليلى قوله).

٢٠٩. صحيح مسلم > كتاب الصيد والذبائح وما يؤكل من الحيوان > باب تحريم أكل لحم الحمر الإنسية.

وحدثنا أبو كامل فضيل بن حسين حدثنا عبد الواحد يعني بن زياد حدثنا سليمان الشيباني قال سمعت عبد الله بن أبي أوفى يقول: (أصابتنا مجاعة ليالي خيبر فلما كان يوم خيبر وقعنا في الحمر الأهلية فانتحرناها فلما غلت بها القدور نادى منادى رسول الله صلى الله عليه وسلم أن اكفؤوا القدور ولا تأكلوا من لحوم الحمر شيئا قال فقال ناس إنما نهى عنها رسول الله صلى الله عليه وسلم لأنها لم تخمس وقال آخرون نهى عنها ألبتة). رواه مسلم.

٢١٠. صحيح مسلم > كتاب الذكر والدعاء والتوبة والاستغفار > باب استحباب خفض الصوت بالذكر

حدثنا أبو كامل فضيل بن حسين حدثنا يزيد يعنى بن زريع حدثنا التيمي عن أبي عثمان عن أبي موسى: (أنهم كانوا مع رسول الله صلى الله عليه وسلم وهم يصعدون في ثنية قال فجعل رجل كلما علا ثنية نادى لا إله إلا الله والله أكبر قال فقال نبي الله صلى الله عليه وسلم إنكم لا تنادون أصم ولا غائبا قال فقال يا أبا موسى أو يا عبد الله بن قيس ألا أدلك على كلمة من كنز الجنة قلت ما هي يا رسول الله قال لا حول ولا قوة الا بالله). رواه مسلم.

٢١١. سنن أبي داود > كتاب الصلاة > باب التخلف عن الجماعة في الليلة الباردة

حدثنا عبد الله بن محمد النفيلي ثنا محمد بن سلمة عن محمد بن إسحاق عن نافع عن بن عمر قال: (نادى منادي رسول الله صلى الله عليه وسلم بذلك في المدينة في الليلة المطيرة والغداة القرة قال أبو داود وروى هذا الخبر يحيى بن سعيد الأنصاري عن القاسم عن بن عمر عن النبي صلى الله عليه وسلم قال فيه في السفر).
الحكم على الكتاب بشكل عام: ذكر الإمام أبو داود مصنف هذا الكتاب أن الأحاديث التي في كتابه هي أصح ما عرف في الباب وقال ما كان في كتابي من حديث فيه وهن شديد فقد بينته وما لم أذكر فيه شيئا فهو صالح.

٢١٢. سنن أبي داود > كتاب الصلاة > باب في الاستغفار

حدثنا مسدد ثنا يزيد بن زريع ثنا سليمان التيمي عن أبي عثمان عن أبي موسى الأشعري: (أنهم كانوا مع النبي صلى الله عليه وسلم وهم يتصعدون في ثنية فجعل رجل كلما علا الثنية نادى لا إله إلا الله والله أكبر فقال نبي الله صلى الله عليه وسلم إنكم لا تنادون أصم ولا غائبا ثم قال يا عبد الله بن قيس فذكر معناه).
الحكم على الكتاب بشكل عام: ذكر الإمام أبو داود مصنف هذا الكتاب أن الأحاديث التي في كتابه هي أصح ما عرف في الباب وقال ما كان في كتابي من حديث فيه وهن شديد فقد بينته وما لم أذكر فيه شيئا فهو صالح.

٢١٣. سنن أبي داود > كتاب الصلاة > باب التخلف عن الجماعة في الليلة الباردة

حدثنا مؤمل بن هشام ثنا إسماعيل عن أيوب عن نافع قال: (نادى بن عمر بالصلاة بضجنان ثم نادى أن صلوا في رحالكم قال فيه ثم حدث عن رسول الله صلى الله عليه وسلم أنه كان يأمر المنادي فينادي بالصلاة ثم ينادي أن صلوا في رحالكم في الليلة الباردة وفي الليلة المطيرة في السفر قال أبو داود ورواه حماد بن سلمة عن أيوب وعبيد الله قال فيه في السفر في الليلة القرة أو المطيرة).

الحكم على الكتاب بشكل عام: ذكر الإمام أبو داود مصنف هذا الكتاب أن الأحاديث التي في كتابه هي أصح ما عرف في الباب وقال ما كان في كتابي من حديث فيه وهن شديد فقد بينته وما لم أذكر فيه شيئا فهو صالح.

٢١٤. صحيح مسلم > كتاب صلاة المسافرين وقصرها > باب الصلاة في الرحال في المطر

حدثنا محمد بن عبد الله بن نمير حدثنا أبي حدثنا عبيد الله حدثني نافع عن بن عمر: (أنه نادى بالصلاة في ليلة ذات برد وريح ومطر فقال في آخر ندائه ألا صلوا في رحالكم ألا صلوا في الرحال ثم قال إن رسول الله صلى الله عليه وسلم كان يأمر المؤذن إذا كانت ليلة باردة أو ذات مطر في السفر أن يقول ألا صلوا في رحالكم). رواه مسلم.

٢١٥. صحيح مسلم > كتاب صلاة المسافرين وقصرها > باب الصلاة في الرحال في المطر

وحدثناه أبو بكر بن أبي شيبة حدثنا أبو أسامة حدثنا عبيد الله عن نافع عن بن عمر: (أنه نادى بالصلاة بضجنان ثم ذكر بمثله وقال ألا صلوا في رحالكم ولم يعد ثانية ألا صلوا في الرحال من قول بن عمر). رواه مسلم.

٢١٦. صحيح مسلم > كتاب الجهاد والسير > باب المبادرة بالغزو وتقديم أهم الأمرين ـــ ـــ

وحدثني عبد الله بن محمد بن أسماء الضبعي حدثنا جويرية بن أسماء عن نافع عن عبد الله قال: (نادى فينا رسول الله صلى الله عليه وسلم يوم انصرف عن الأحزاب أن لا يصلين أحد الظهر إلا في بني قريظة فتخوف ناس فوت الوقت فصلوا دون بني قريظة وقال آخرون لا نصلي إلا حيث أمرنا رسول الله صلى الله عليه وسلم وإن فاتنا الوقت قال فما عنف واحدا من الفريقين). رواه مسلم

٢١٧. صحيح مسلم > كتاب الإمارة > باب وجوب الوفاء ببيعة الخلفاء الأول فالأول

حدثنا زهير بن حرب وإسحاق بن إبراهيم قال إسحاق أخبرنا وقـــال زهير حدثنا جرير عن الأعمش عن زيد بن وهب عن عبد الرحمن بن عبد رب الكعبة قال: (دخلت المسجد فإذا عبد الله بن عمرو بـــن العاص جالس في ظل الكعبة والناس مجتمعون عليه فأتيتهم فجلست إليه فقال كنا مع رسول الله صلى الله عليه وسلم في سفر فنزلنا منزلا فمنا من يصلح خباءه ومنا من ينتضل ومنا من هو في جشره إذ نادى منادي رسول الله صلى الله عليه وسلم الصلاة جامعة فاجتمعنا إلـــى رسول الله صلى الله عليه وسلم فقال إنه لم يكن نبي قبلي إلا كان حقا عليه أن يدل أمته على خير ما يعلمه لهم وينذرهم شر ما يعلمه لهـــم وإن أمتكم هذه جعل عافيتها في أولها وسيصيب آخرها بلاء وأمـــور تنكرونها وتجيء فتنة فيرقق بعضها بعضا وتجـــيء الفتنـــة فيقـــول المؤمن هذه مهلكتي ثم تنكشف وتجيء الفتنة فيقول المؤمن هذه هذه فمن أحب أن يزحزح عن النار ويدخل الجنة فلتأته منيته وهو يؤمن بالله واليوم الآخر وليأت إلى الناس الذي يحب أن يؤتى إليه ومن بايع إماما فأعطاه صفقة يده وثمرة قلبه فليطعه إن استطاع فإن جاء آخر ينازعه فاضربوا عنق الآخر فدنوت منه فقلت له أنـــشدك الله آنـــت سمعت هذا من رسول الله صلى الله عليه وسلم فأهوى إلى أذنيه وقلبه بيديه وقال سمعته أذناي ووعاه قلبي فقلت له هذا بن عمك معاويـــة يأمرنا أن نأكل أموالنا بيننا بالباطل ونقتل أنفسنا والله يقول يا أيهـــا الذين آمنوا لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل إلا أن تكون تجارة عـــن تراض منكم ولا تقتلوا أنفسكم إن الله كان بكم رحيمـــا قـــال فـــسكت ساعة ثم قال أطعه في طاعة الله واعصه في معصية الله). رواه مسلم

٢١٨. صحيح مسلم > كتاب الصيد والذبائح وما يؤكل من الحيوان > بـــاب تحريم أكل لحم الحمر الإنسية

وحدثنا أبو بكر بن أبي شيبة حدثنا علي بن مسهر عن الشيباني قال: (سألت عبد الله بن أبي أوفى عن لحوم الحمر الأهلية فقال أصـــابتنا مجاعة يوم خيبر ونحن مع رسول الله صلى الله عليـــه وســـلم وقـــد

أصبنا للقوم حمرا خارجة من المدينة فنحرناها فإن قدورنا لتغلـــي إذ نادى منادى رسول الله صلى الله عليه وسلم أن اكفــؤا القــدور ولا تطعموا من لحوم الحمر شيئا فقلت حرمها تحريم ماذا قال تحدثنا بيننا فقلنا حرمها ألبتة وحرمها من أجل أنها لم تخمس).

٢١٩. صحيح البخاري > كتاب فضائل الصحابة > باب إسلام عمــر بــن الخطاب

حدثنا يحيى بن سليمان قال حدثني بن وهب قال حــدثني عمــر أن سالما حدثه عن عبد الله بن عمر قال ما سمعت عمر لشيء قط يقول: (إني لأظنه كذا إلا كان كما يظن بينما عمر جالس إذ مر به رجــل جميل فقال لقد أخطأ ظني أو إن هذا على دينه في الجاهليــة أو لقــد كان كاهنهم علي الرجل فدعي له فقال له ذلك فقال ما رأيت كــاليوم استقبل به رجل مسلم قال فإني أعزم عليك إلا ما أخبرتني قال كنت كاهنهم في الجاهلية قال فما أعجب ما جاءتك به جنيتك قال بينما أنا يوما في السوق جاءتني أعرف فيها الفزع فقالــت ألــم تــر الجــن وإبلاسها ويأسها من بعد إنكاسها ولحوقها بالقلاص وأحلاســها قــال عمر صدق بينما أنا عند آلهتهم إذ جاء رجل بعجل فذبحه فصرخ به صارخ لم أسمع صارخا قط أشد صوتا منه يقول يا جليح أمر نجيح رجل فصيح يقول لا إله إلا أنت فوثب القوم قلت لا أبرح حتى أعلم ما وراء هذا ثم نادى يا جليح أمر نجيح رجل فصيح يقول لا إله إلا الله فقمت فما نشبنا أن قيل هذا نبي). رواه البخاري

٢٢٠. صحيح البخاري > كتاب الأدب > باب المقة من الله

حدثنا عمرو بن علي حدثنا أبو عاصم عن بن جريج قــال أخبرنـــي موسى بن عقبة عن نافع عن أبي هريرة عن النبي صلى الله عليــه وسلم قال: (إذا أحب الله العبد نادى جبريل أن الله يحب فلانا فأحبــه فيحبه جبريل فينادي جبريل في أهل السماء إن الله يحب فلانا فأحبوه فيحبه أهل السماء ثم يوضع لــه القبــول فــي أهــل الأرض).رواه البخاري

٢٢١. صحيح البخاري > كتاب الدعوات > باب قول لا حول ولا قوة إلا بالله

حدثنا محمد بن مقاتل أبو الحسن أخبرنا عبد الله أخبرنا سليمان التيمي عن أبي عثمان عن أبي موسى الأشعري قال: (أخذ النبي صلى الله عليه وسلم في عقبة أو قال في ثنية قال فلما علا عليها رجل نادى فرفع صوته لا إله إلا الله والله أكبر قال ورسول الله صلى الله عليه وسلم على بغلته قال فإنكم لا تدعون أصم ولا غائبا ثم قال يا أبا موسى أو يا عبد الله ألا أدلك على كلمة من كنز الجنة قلت بلى قال لا حول ولا قوة إلا بالله). رواه البخاري

٢٢٢. صحيح مسلم > كتاب الإيمان > باب في قوله تعالى وأنذر عشيرتك الأقربين

حدثنا أبو كامل الجحدري حدثنا يزيد بن زريع حدثنا التيمي عن أبي عثمان عن قبيصة بن المخارق وزهير بن عمرو قالا لما نزلت وأنذر عشيرتك الأقربين قال: (انطلق نبي الله صلى الله عليه وسلم إلى رضمة من جبل فعلا أعلاها حجرا ثم نادى يا بني عبد منافاه إني نذير إنما مثلي ومثلكم كمثل رجل رأى العدو فانطلق يربأ أهله فخشي أن يسبقوه فجعل يهتف يا صباحاه).رواه مسلم

٢٢٣. صحيح مسلم > كتاب صلاة المسافرين وقصرها > باب صلاة الليل مثنى مثنى والوتر ركعة من آخر ــ ــ

وحدثنا أبو كريب وهارون بن عبد الله قالا حدثنا أبو أسامة عن الوليد بن كثير قال حدثني عبيد الله بن عبد الله بن عمر أن بن عمر حدثهم: (أن رجلا نادى رسول الله صلى الله عليه وسلم وهو في المسجد فقال يا رسول الله كيف أوتر صلاة الليل فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم من صلى فليصل مثنى مثنى فإن أحس أن يصبح سجد سجدة فأوترت له ما صلى قال أبو كريب عبيد الله بن عبد الله ولم يقل بن عمر). رواه مسلم

٢٢٤. صحيح البخاري > أبواب المساجد > باب الحلق والجلوس في

المسجد
حدثنا أبو النعمان قال حدثنا حماد عن أيوب عن نافع عن بن عمـــر: (أن رجلا جاء إلى النبي صلى الله عليه وسلم وهو يخطب فقال كيف صلاة الليل فقال مثنى مثنى فإذا خشيت الصبح فأوتر بواحدة توتر لك ما قد صليت قال الوليد بن كثير حدثني عبيد الله بن عبد الله أن بـــن عمر حدثهم أن رجلا نادى النبي صلى الله عليه وســلم وهـــو فـــي المسجد).رواه البخاري

٢٢٥. صحيح البخاري > أبواب الخمس > باب ما يصيب من الطعام فـــي أرض الحرب

حدثنا موسى بن إسماعيل حدثنا عبد الواحد حدثنا الشيباني قال سمعت بن أبي أوفي رضي الله عنهما يقول: (أصابتنا مجاعة ليالي خيبر فلما كان يوم خيبر وقعنا في الحمر الأهلية فانتحرناها فلما غلت القــدور نادى منادي رسول الله صلى الله عليه وسلم اكفئوا القدور فلا تطعموا من لحوم الحمر شيئا قال عبد الله فقلنا إنما نهى النبي صلى الله عليه وسلم لأنها لم تخمس قال وقال آخرون حرمها ألبته وسألت سعيد بن جبير فقال حرمها ألبته). رواه البخاري

٢٢٦. صحيح البخاري > كتاب بدء الخلق > باب ذكر الملائكة وقال أنـــس قال عبدالله بن سلام

حدثنا محمد بن سلام أخبرنا مخلد أخبرنا بن جريج قـــال أخبرنـــي موسى بن عقبة عن نافع قال قال أبو هريرة رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم وتابعه أبو عاصم عن بن جريج قال أخبرنـــي موسى بن عقبة عن نافع عن أبي هريرة عن النبي صلى الله عليـــه وسلم قال: (إذا أحب الله العبد نادى جبريل إن الله يحب فلانا فأحببـــه فيحبه جبريل فينادي جبريل في أهل السماء إن الله يحب فلانا فأحبوه فيحبه أهل السماء ثم يوضع له القبول في الأرض). رواه البخاري

٢٢٧. صحيح البخاري > كتاب المغازي > باب غزوة الحديبية وقـــول الله لقد رضي الله عن

حدثنا عبد الله بن محمد حدثنا أبو عامر حدثنا إسرائيل عن مجزأة بن زاهر الأسلمي عن أبيه وكان ممن شهد الشجرة قال: (إنـــي لأوقــد تحت القدر بلحوم الحمر إذ نادى منادي رسول الله صــلى الله عليــه وسلم إن رسول الله صلى الله عليه وسلم ينهاكم عن لحــوم الحمــر وعن مجزأة عن رجل منهم من أصحاب الشجرة اسمه أهبـــان بـــن أوس وكان اشتكى ركبته فكان إذا سجد جعل تحت ركبته وسادة)رواه البخاري

٢٢٨. صحيح البخاري > كتاب المغازي > باب قتل أبي رافع عبدالله بـــن أبي الحقيق ويقال ــ ــ

حدثنا أحمد بن عثمان حدثنا شريح هو بن مسلمة حدثنا إبراهيم بـــن يوسف عن أبيه عن أبي إسحاق قال سمعت البراء بن عازب رضي الله عنه قال: (بعث رسول الله صلى الله عليه وسلم إلى أبـــي رافـــع عبد الله بن عتيك وعبد الله بن عتبة في ناس معهم فانطلقوا حتى دنوا من الحصن فقال لهم عبد الله بن عتيك امكثوا أنتم حتى أنطلـــق أنــــا فأنظر قال فتلطفت أن أدخل الحصن ففقدوا حمارا لهم قال فخرجـــوا بقبس يطلبونه قال فخشيت أن أعرف قال فغطيت رأسي كأني أقضي حاجة ثم نادى صاحب الباب من أراد أن يدخل فليدخل قبل أن أغلقه فدخلت ثم اختبأت في مربط حمار عند باب الحصن فتعشوا عند أبي رافع وتحدثوا حتى ذهبت ساعة من الليل ثم رجعوا إلى بيوتهم فلمـــا هدأت الأصوات ولا أسمع حركة خرجت قال ورأيت صاحب البـــاب حيث وضع مفتاح الحصن في كوة فأخذته ففتحت به باب الحصن قال قلت إن نذر بي القوم انطلقت على مهل ثم عمدت إلى أبواب بيـــوتهم فغلقتها عليهم من ظاهر ثم صعدت إلى أبي رافع في سلم فإذا البيـــت مظلم قد طفئ سراجه فلم أدر أين الرجل فقلت يا أبا رافع قال من هذا قال فعمدت نحو الصوت فأضربه وصاح فلم تغن شيئا قال ثم جئـــت كأني أغيثه فقلت مالك يا أبا رافع وغيرت صوتي فقال ألا أعجبـــك لأمك الويل دخل علي رجل فضربني بالسيف قال فعمدت له أيـــضا

فأضربه أخرى فلم تغن شيئا فصاح وقام أهله قال ثم جئت وغيرت صوتي كهيئة المغيث فإذا هو مستلق على ظهره فأضع السيف في بطنه ثم انكفىء عليه حتى سمعت صوت العظم ثم خرجت دهشا حتى أتيت السلم أريد أن أنزل فأسقط منه فانخلعت رجلي فعصبتها ثم أتيت أصحابي أحجل فقلت انطلقوا فبشروا رسول الله صلى الله عليه وسلم فإني لا أبرح حتى أسمع الناعية فلما كان في وجه الصبح صعد الناعية فقال أنعى أبا رافع قال فقمت أمشي ما بي قلبة فأدركت أصحابي قبل أن يأتوا النبي صلى الله عليه وسلم فبشرته). رواه البخاري

رابعاً: كما يمكن تعريف الاذاعة بمعنى جهر أي (أعلن) وقد ورد لفظ " جهر " في القرآن الكريم حوالى (١٤) مرات في الايات التالية:

١) في سورة البقرة الاية ٥٥. قال تعالى: (وَإِذْ قُلْتُمْ يَا مُوسَى لَن نُّؤْمِنَ لَكَ حَتَّى نَرَى اللَّهَ جَهْرَةً فَأَخَذَتْكُمُ الصَّاعِقَةُ وَأَنتُمْ تَنظُرُونَ) وإذ قلتم وقد خرجتم مع موسى لتعتذروا إلى الله من عبادة العجل وسمعتم كلامه يا موسى لن نؤمن لك حتى نرى الله جهرة عيانا فأخذتكم الصاعقة الصيحة فمتم وأنتم تنظرون ما حل بكم.

٢) في سورة النساء الآية ١٤٨ قال تعالى (لاَّ يُحِبُّ اللّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوَءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلاَّ مَن ظُلِمَ وَكَانَ اللّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا) لا يحب الله الجهر بالسوء من القول من أحد اي يعاقبه عليه إلا من ظلم فلا يؤاخذه بالجهر به بأن يخبر عن ظلم ظالمه ويدعو عليه وكان الله سميعا لما يقال عليما بما يفعل.

٣) في سورة النساء الآية ١٥٣ قال تعالى (يَسْأَلُكَ أَهْلُ الْكِتَابِ أَن تُنَزِّلَ عَلَيْهِمْ كِتَابًا مِّنَ السَّمَاء فَقَدْ سَأَلُواْ مُوسَى أَكْبَرَ مِن ذَلِكَ فَقَالُواْ أَرِنَا اللّهِ جَهْرَةً فَأَخَذَتْهُمُ الصَّاعِقَةُ بِظُلْمِهِمْ ثُمَّ اتَّخَذُواْ الْعِجْلَ مِن بَعْدِ مَا جَاءتْهُمُ الْبَيِّنَاتُ فَعَفَوْنَا عَن ذَلِكَ وَآتَيْنَا مُوسَى سُلْطَانًا مُّبِينًا). يسألك يا محمد أهل الكتاب اليهود أن تنزل عليهم كتابا من السماء جملة كما انزل على موسى

تعنتا فان استكبرت ذلك فقد سألوا اي آباؤهم موسى أكبر اعظم من ذلــك فقالوا أرنا الله جهرة عيانا فأخذتهم الصاعقة الموت عقابا لهــم بظلمهــم حيث تعنتوا في السؤال ثم اتخذوا العجل إلها من بعد ما جاءتهم البينــات المعجزات على وحدانية الله فعفونا عن ذلك ولم نستأصلهم وآتينا موسى سلطانا مبينا تسلطا بينا ظاهرا عليهم حيث أمرهم بقتــل أنفــسهم توبــة فأطاعوه،

٤) فى سورة الانعام الآية ٣ قال تعالى (وَهُوَ اللّهُ فِي السَّمَاوَاتِ وَفِي الأَرْضِ يَعْلَمُ سِرَّكُمْ وَجَهرَكُمْ وَيَعْلَمُ مَاتَكْسِبُونَ) وهو الله مــستحق للعبــادة فــي السماوات وفي الأرض يعلم سركم وجهركم ما تسرون وما تجهرون بــه بينكم ويعلم ما تكسبون تعملون من خير وشر.

٥) فى سورة الانعام الآية ٤٧ قال تعالى (قُلْ أَرَأَيْتَكُمْ إِنْ أَتَاكُمْ عَذَابُ اللّــهِ بَغْتَةً أَوْ جَهْرَةً هَلْ يُهْلَكُ إِلاَّ الْقَوْمُ الظَّالِمُونَ) قل لهم أرأيــتكم إن أتــاكم عذاب الله بغتة أو جهرة ليلا أو نهارا هل يهلــك إلا القــوم الظــالمون الكافرون اي ما يهلك إلا هم.

٦) فى سورة الأعراف الآية ٢٠٥قال تعالى (وَاذْكُر رَّبَّكَ فِي نَفْسِكَ تَضَرُّعاً وَخِيفَةً وَدُونَ الْجَهْرِ مِنَ الْقَوْلِ بِالْغُدُوِّ وَالآصَالِ وَلاَ تَكُن مِّــنَ الْغَــافِلِين) واذكر ربك في نفسك أي سراً تضرعاً تذللا وخيفة خوفاً منه و فوق السر دون الجهر من القول أي قصداً بينهما بالغدو والآصــال أوائــل النهــار وأواخره ولا تكن من الغافلين عن ذكر الله.

٧) فى سورة الرعد الآية ١٠ قال تعالى (سَوَاء مِّنكُم مَّنْ أَسَرَّ الْقَوْلَ وَمَــن جَهَرَ بِهِ وَمَنْ هُوَ مُسْتَخْفٍ بِاللَّيْلِ وَسَارِبٌ بِالنَّهَار) سواء منكم في علمــه تعالى من أسر القول ومن جهر به ومن هو مستخف مستتر بالليل بظلامه وسارب ظاهر بذهابه في سربه، أي طريقه بالنهار.

٨) فى سورة النحل الآية ٧٥ قال تعالى (ضَرَبَ اللّهُ مَثَلاً عَبْدًا مَّمْلُوكًــا لاَّ يَقْدِرُ عَلَى شَيْءٍ وَمَن رَّزَقْنَاهُ مِنَّا رِزْقًا حَسَنًا فَهُوَ يُنفِقُ مِنْهُ سِرًّا وَجَهْــرًا هَلْ يَسْتَوُونَ الْحَمْدُ لِلّهِ بَلْ أَكْثَرُهُمْ لاَ يَعْلَمُونَ) ضرب الله مثلاً ويبدل منه عبداً مملوكاً صفة تميزه من الحر فإنه عبدالله لا يقدر على شــيء لعــدم

ملكه ومن نكرة موصوفة أي حراً رزقناه منا رزقاً حسناً فهو ينفق منـــه سراً وجهراً أي يتصرف فيه كيف يشاء والأول مثل الأصنام والثاني مثله تعالى هل يستوون أي العبيد العجزة والحر المتصرف؟ لا الحمد لله وحده بل أكثرهم أي أهل مكة لا يعلمون مـا يـصيرون إليـه مـن العـذاب فيشركون.

٩) سورة الإسراء الآية ١١٠ قال تعالى (قُلِ ادْعُواْ اللّهَ أَوِ ادْعُواْ الرَّحْمَـنَ أَيًّا مَّا تَدْعُواْ فَلَهُ الأَسْمَاء الْحُسْنَى وَلاَتَجْهَرْ بِصَلاَتِكَ وَلاَ تُخَافِتْ بِهَا وَابْتَغِ بَيْنَ ذَلِكَ سَبِيلاً). وكان صلى الله عليه وسلم يقول ياألله يا رحمن فقـالوا: ينهانا أن نعبد إلهين وهو يدعو إلهاً آخر معه فنزل قل لهم ادعـوا الله أو ادعوا الرحمن أي سموه بأيهما أو نادوه بأن تقولوا: ياالله يا رحمـن أيـا شرطية ما زائدة أي أي هذين تدعوا فهو حسن دل علـى هـذا فلـه أي لمسماهما الأسماء الحسنى وهذان منها فإنها كما في الحديث الله الـذي لا إله إلا هو الرحمن الرحيم، الملك القدوس السلام المؤمن المهيمن، العزيز الجبار المتكبر، الخالق البارئ المصور، الغفار القهار الوهـاب الـرزاق الفتاح العليم، القابض الباسط الخافض الرافع المعز المذل السميع البصير الحكم العدل اللطيف الخبير الحليم العظيم الغفور الشكور العلـي الكبيـر الحفيظ المقيت الحسيب الجليل الكريم الرقيب المجيب الواسـع الحكـيم الودود المجيد الباعث الشهيد الحق الوكيل القوي المتين الـولي الحميـد المحصي المبدئ المعيد المحيي المميت الحي القيوم الواجد الماجد الواحد الأحد الصمد القادر المقتدر المقدم المؤخر الأول الآخر الظاهر البـاطن الوالي المتعالي البر التواب المنتقم العفو الرؤوف مالك الملك ذو الجـلال والإكرام المقسط الجامع الغني المانع الضار النافع النور الهادي البـديع الباقي الوارث الرشيد الصبور رواه الترمذي قـال تعـالى: ولا تجهـر بصلاتك بقراءتك بها فيسمعك المشركون فيسبوك ويسبوا القـرآن ومـن أنزله ولا تخافت تسر بها لينتفع أصحابك وابتغ اقصد بين ذلـك الجهـر والمخافتة سبيلاً طريقاً وسطاً.

١٠) سورة طه الآية ٧ قال تعالى (وَإِن تَجْهَرْ بِالْقَوْلِ فَإِنَّهُ يَعْلَمُ السِّرَّ وَأَخْفَى)

وإن تجهر بالقول في ذكر أو دعاء فالله غني عن الجهر به فإنه يعلم السر وأخفى منه: أي ما حدثت به النفس وما خطر ولم تحدث به فلا تجهد نفسك بالجهر.

١١) سورة الانبياء الآية ١١٠ قال تعالى (إِنَّهُ يَعْلَمُ الْجَهْرَ مِنَ الْقَوْلِ وَيَعْلَمُ مَا تَكْتُمُونَ) إنه تعالى يعلم الجهر من القول والفعل منكم ومن غيركم ويعلم ما تكتمون أنتم وغيركم من السر.

١٢) سورة الحجرات الآية ٢ قال تعالى (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَرْفَعُوا أَصْوَاتَكُمْ فَوْقَ صَوْتِ النَّبِيِّ وَلَا تَجْهَرُوا لَهُ بِالْقَوْلِ كَجَهْرِ بَعْضِكُمْ لِبَعْضٍ أَن تَحْبَطَ أَعْمَالُكُمْ وَأَنتُمْ لَا تَشْعُرُونَ) يا أيها الذين آمنوا لا ترفعوا أصواتكم إذا نطقتم فوق صوت النبي إذا نطق ولا تجهروا له بالقول إذا ناجيتموه كجهر بعضكم لبعض بل دون ذلك إجلالا له أن تحبط أعمالكم وأنتم لا تشعرون أي خشية ذلك بالرفع والجهر المذكورين، ونزل فيمن كان يخفض صوته عند النبي صلى الله عليه وسلم كأبي بكر وعمر وغيرهما رضي الله عنهم.

١٣) سورة الملك الآية ١٣ قال تعالى (وَأَسِرُّوا قَوْلَكُمْ أَوِ اجْهَرُوا بِهِ إِنَّهُ عَلِيمٌ بِذَاتِ الصُّدُورِ) وأسروا أيها الناس قولكم أو اجهروا به إنه تعالى عليم بذات الصدور بما فيها فكيف بما نطقتم به، وسبب نزول ذلك أن المشركين قال بعضهم لبعض: أسروا قولكم لا يسمعكم إله محمد.

١٤) سورة الأعلى الآية ٧ قال تعالى (إِلَّا مَا شَاءَ اللَّهُ إِنَّهُ يَعْلَمُ الْجَهْرَ وَمَا يَخْفَى) إلا ما شاء الله أن تنساه بنسخ تلاوته وحكمه، وكان صلى الله عليه وسلم يجهر بالقراءة مع قراءة جبريل خوف النسيان فكأنه قيل له: لا تعجل بها إنك لا تنسى فلا تتعب نفسك بالجهر بها إنه تعالى يعلم الجهر من القول والفعل وما يخفى منهما.

ولقد جاء لفظ " جهر " في الأحاديث النبوية بصور مختلفة وباعداد كثيرة بلغ تكرارها نحو (٧٩) مرة.

١. صحيح البخاري > كتاب الكسوف > باب الجهر بالقراءة في الكسوف
حدثنا محمد بن مهران قال حدثنا الوليد قال أخبرنا بن نمر سمع بن

شهاب عن عروة عن عائشة رضي الله عنها: (جهر النبي صلى الله عليه وسلم في صلاة الخسوف بقراءته فإذا فرغ من قراءته كبر فركع وإذا رفع من الركعة قال سمع الله لمن حمده ربنا ولك الحمد ثم يعاود القراءة في صلاة الكسوف أربع ركعات في ركعتين وأربع سجدات وقال الأوزاعي وغيره سمعت الزهري عن عروة عن عائشة رضي الله عنها أن الشمس خسفت على عهد رسول الله صلى الله عليه وسلم فبعث مناديا ب الصلاة جامعة فتقدم فصلى أربع ركعات في ركعتين وأربع سجدات وأخبرني عبد الرحمن بن نمر سمع بن شهاب مثله قال الزهري فقلت ما صنع أخوك ذلك عبد الله بن الزبير ما صلى إلا ركعتين مثل الصبح إذ صلى بالمدينة قال أجل إنه أخطأ السنة تابعه سفيان بن حسين وسليمان بن كثير عن الزهري في الجهر). رواه البخاري

٢. صحيح البخاري > كتاب الاستسقاء > باب الجهر بالقراءة في الاستسقاء

حدثنا أبو نعيم حدثنا بن أبي ذئب عن الزهري عن عباد بن تميم عن عمه قال: (خرج النبي صلى الله عليه وسلم يستسقي فتوجه إلى القبلة يدعو وحول رداءه ثم صلى ركعتين جهر فيهما بالقراءة).رواه البخاري

٣. صحيح مسلم > كتاب الكسوف > باب صلاة الكسوف

وحدثنا محمد بن مهران حدثنا الوليد بن مسلم أخبرنا عبد الرحمن بن نمر أنه سمع بن شهاب يخبر عن عروة عن عائشة: (أن النبي صلى الله عليه وسلم جهر في صلاة الخسوف بقراءته فصلى أربع ركعات في ركعتين وأربع سجدات).رواه مسلم

٤. سنن أبي داود > كتاب الطهارة > باب في الجنب يؤخر الغسل

حدثنا مسدد ثنا المعتمر ح وثنا أحمد بن حنبل ثنا إسماعيل بن إبراهيم قالا ثنا برد بن سنان عن عبادة بن نسي عن غضيف بن الحرث قال: (قلت لعائشة أرأيت رسول الله صلى الله عليه وسلم كان يغتسل من

الجنابة في أول الليل أو في آخره قالت ربما اغتسل في أول الليل وربما اغتسل في آخره قلت الله أكبر الحمد لله الذي جعل في الأمر سعة قلت أرأيت رسول الله صلى الله عليه وسلم كان يوتر أول الليل أم في آخره قالت ربما أوتر في أول الليل وربما أوتر في آخره قلت الله أكبر الحمد لله الذي جعل في الأمر سعة قلت أرأيت رسول الله صلى الله عليه وسلم كان يجهر بالقرآن أم يخفت به قالت ربما جهر به وربما خفت قلت الله أكبر الحمد لله الذي جعل في الأمر سعة).

الحكم على الكتاب بشكل عام: ذكر الإمام أبو داود مصنف هذا الكتاب أن الأحاديث التي في كتابه هي أصح ما عرف في الباب وقال ما كان في كتابي من حديث فيه وهن شديد فقد بينته وما لم أذكر فيه شيئا فهو صالح

٥. سنن أبي داود > كتاب الصلاة > باب من ترك القراءة في صلاته بفاتحة الكتاب

حدثنا علي بن سهل الرملي ثنا الوليد عن بن جابر وسعيد بن عبد العزيز وعبد الله بن العلاء عن مكحول عن عبادة: (نحو حديث الربيع بن سليمان قالوا فكان مكحول يقرأ في المغرب والعشاء والصبح بفاتحة الكتاب في كل ركعة سرا قال مكحول اقرأ بها فيما جهر به الإمام إذا قرأ بفاتحة الكتاب وسكت سرا فإن لم يسكت اقرأ بها قبله ومعه وبعده لا تتركها على حال). الحكم على الكتاب بشكل عام: ذكر الإمام أبو داود مصنف هذا الكتاب أن الأحاديث التي في كتابه هي أصح ما عرف في الباب وقال ما كان في كتابي من حديث فيه وهن شديد فقد بينته وما لم أذكر فيه شيئا فهو صالح

٦. سنن أبي داود > كتاب الصلاة > باب من كره القراءة بفاتحة الكتاب إذا جهر –

حدثنا القعنبي عن مالك عن بن شهاب عن بن أكيمة الليثي عن أبي هريرة: (أن رسول الله صلى الله عليه وسلم انصرف من صلاة جهر فيها بالقراءة فقال هل قرأ معي أحد منكم آنفا فقال رجل نعم يا رسول

الله قال إني أقول ما لي أنازع القرآن قال فانتهى الناس عن القراءة مع رسول الله صلى الله عليه وسلم فيما جهر فيه النبي صلى الله عليه وسلم بالقراءة من الصلوات حين سمعوا ذلك من رسول الله صلى الله عليه وسلم قال أبو داود روى حديث بن أكيمة هذا معمر ويونس وأسامة بن زيد عن الزهري على معنى مالك).
الحكم على الكتاب بشكل عام: ذكر الإمام أبو داود مصنف هذا الكتاب أن الأحاديث التي في كتابه هي أصح ما عرف في الباب وقال ما كان في كتابي من حديث فيه وهن شديد فقد بينته وما لم أذكر فيه شيئا فهو صالح

٧. سنن أبي داود > كتاب الصلاة > باب من كره القراءة بفاتحة الكتاب إذا جهر — —

حدثنا مسدد وأحمد بن محمد المروزي ومحمد بن أحمد بن أبي خلف وعبد الله بن محمد الزهري وابن السرح قالوا ثنا سفيان عن الزهري سمعت بن أكيمة يحدث سعيد بن المسيب قال سمعت أبا هريرة يقول: (صلى بنا رسول الله صلى الله عليه وسلم صلاة نظن أنها الصبح بمعناه إلى قوله ما لي أنازع القرآن قال مسدد في حديثه قال معمر فانتهى الناس عن القراءة فيما جهر به رسول الله صلى الله عليه وسلم وقال بن السرح في حديثه قال معمر عن الزهري قال أبو هريرة فانتهى الناس وقال عبد الله بن محمد الزهري من بينهم قال سفيان وتكلم الزهري بكلمة لم أسمعها فقال معمر أنه قال فانتهى الناس قال أبو داود ورواه عبد الرحمن بن إسحاق عن الزهري وانتهى حديثه إلى قوله ما لي أنازع القرآن ورواه الأوزاعي عن الزهري قال فيه قال الزهري فاتعظ المسلمون بذلك فلم يكونوا يقرؤون معه فيما يجهر به صلى الله عليه وسلم قال أبو داود سمعت محمد بن يحيى بن فارس قال قوله فانتهى الناس من كلام الزهري).
الحكم على الكتاب بشكل عام: ذكر الإمام أبو داود مصنف هذا الكتاب أن الأحاديث التي في كتابه هي أصح ما عرف في الباب وقال ما كان

في كتابي من حديث فيه وهن شديد فقد بينته وما لم أذكر فيه شيئا فهو صالح

٨. سنن أبي داود > كتاب الصلاة > باب من رأى القراءة إذا لم يجهر

حدثنا أبو الوليد الطيالسي ثنا شعبة ح وثنا محمد بن كثير العبدي أخبرنا شعبة المعنى عن قتادة عن زرارة عن عمران بن حصين: (أن النبي صلى الله عليه وسلم صلى الظهر فجاء رجل فقرأ خلفه سبح اسم ربك الأعلى فلما فرغ قال أيكم قرأ قالوا رجل قال قد عرفت أن بعضكم خالجنيها قال أبو داود قال أبو الوليد في حديثه قال شعبة فقلت لقتادة أليس قول سعيد أنصت للقرآن قال ذاك إذا جهر به وقال بن كثير في حديثه قال قلت لقتادة كأنه كرهه قال لو كرهه نهى عنه).

الحكم على الكتاب بشكل عام: ذكر الإمام أبو داود مصنف هذا الكتاب أن الأحاديث التي في كتابه هي أصح ما عرف في الباب وقال ما كان في كتابي من حديث فيه وهن شديد فقد بينته وما لم أذكر فيه شيئا فهو صالح

٩. سنن أبي داود > كتاب الصلاة > باب جماع أبواب صلاة الاستسقاء وتفريعها

حدثنا أحمد بن محمد بن ثابت المروزي ثنا عبد الرزاق أخبرنا معمر عن الزهري عن عباد بن تميم عن عمه: (أن رسول الله صلى الله عليه وسلم خرج بالناس ليستسقي فصلى بهم ركعتين جهر بالقراءة فيهما وحول رداءه ورفع يديه فدعا واستسقى واستقبل القبلة).

الحكم على الكتاب بشكل عام: ذكر الإمام أبو داود مصنف هذا الكتاب أن الأحاديث التي في كتابه هي أصح ما عرف في الباب وقال ما كان في كتابي من حديث فيه وهن شديد فقد بينته وما لم أذكر فيه شيئا فهو صالح

١٠. سنن أبي داود > كتاب الصلاة > باب في وقت الوتر

حدثنا قتيبة بن سعيد ثنا الليث بن سعد عن معاوية بن صالح عن عبد الله بن أبي قيس قال: (سألت عائشة عن وتر رسول الله صلى الله

عليه وسلم قالت ربما أوتر أول الليل وربما أوتر من آخره قلت كيف كانت قراءته أكان يسر بالقراءة أم يجهر قالت كل ذلك كـــان يفعـــل ربما أسر وربما جهر وربما اغتسل فنام وربما توضأ فنام قال أبـــو داود وقال غير قتيبة تعني في الجنابة).

الحكم على الكتاب بشكل عام: ذكر الإمام أبـــو داود مـــصنف هـــذا الكتاب أن الأحاديث التي في كتابه هي أصح ما عرف فـــي البـــاب وقال ما كان في كتابي من حديث فيه وهن شديد فقد بينته ومـــا لـــم أذكر فيه شيئا فهو صالح

١١. سنن الترمذي > كتاب أبواب الصلاة عن رسول الله > باب ما جـــاء في افتتاح القراءة ب الحمد لله رب

حدثنا قتيبة حدثنا أبو عوانة عن قتادة عن أنس قال: (كان رسول الله صلى الله عليه وسلم وأبو بكر وعمر وعثمان يفتتحون القـــراءة ب الحمد لله رب العالمين قال أبو عيسى هذا حـــديث حـــسن صـــحيح والعمل على هذا عند أهل العلم من أصحاب النبي صـــلى الله عليـــه وسلم والتابعين ومن بعدهم كانوا يستفتحون القراءة بالحمـــد لله رب العالمين قال الشافعي إنما معنى هذا الحديث أن النبي صلى الله عليه وسلم وأبا بكر وعمر وعثمان كانوا يفتتحون القراءة بالحمـــد لله رب العالمين معناه أنهم كانوا يبدءون بقراءة فاتحة الكتاب قبل الـــسورة وليس معناه أنهم كانوا لا يقرءون بسم الله الرحمن الـــرحيم وكـــان الشافعي يرى أن يبدأ ببسم الله الرحمن الرحيم وإن يجهـــر بهـــا إذا جهر بالقراءة). قال الترمذي: حسن صحيح

١٢. سنن الترمذي > كتاب أبواب الصلاة عن رسول الله > باب ما جـــاء في قراءة الليل

حدثنا قتيبة حدثنا الليث عن معاوية بن صالح عن عبد الله بن أبـــي قيس قال سألت عائشة: (كيف كان قراءة النبي صلى الله عليه وسلم بالليل أكان يسر بالقراءة أم يجهر فقالت كل ذلك قد كان يفعل ربمـــا أسر بالقراءة وربما جهر فقلت الحمد لله الذي جعل في الأمر ســـعة

قال أبو عيسى هذا حديث حسن صحيح غريب). قال الترمذي: حسن صحيح غريب

١٣. سنن الترمذي > كتاب أبواب الصلاة عن رسول الله > باب ما جـــاء في ترك القراءة خلف الإمام إذا جهر

حدثنا الأنصاري حدثنا معن حدثنا مالك بن أنس عن بن شهاب عن بن أكيمة الليثي عن أبي هريرة: (أن رسول الله صلى الله عليه وسلم انصرف من صلاة جهر فيها بالقراءة فقال هل قرأ معي أحد مـــنكم أنفا فقال رجل نعم يا رسول الله قال أني أقول مالي أنازع القرآن قال فانتهى الناس عن القراءة مع رسول الله صلى الله عليه وســـلم فيمـــا جهر فيه رسول الله صلى الله عليه وسلم من الصلوات بالقراءة حين سمعوا ذلك من رسول الله صلى الله عليه وسلم قال وفي الباب عـــن بن مسعود وعمران بن حصين وجابر بن عبد الله قال أبو عيسى هذا حديث حسن وابن أكيمة الليثي اسمه عمارة ويقال عمرو بن أكيمـــة وروى بعض أصحاب الزهري هذا الحديث وذكروا هذا الحرف قال قال الزهري فانتهى الناس عن القراءة حين سمعوا ذلك من رســـول الله صلى الله عليه وسلم وليس في هذا الحديث ما يدخل علـــى مـــن رأى القراءة خلف الإمام لأن أبا هريرة هو الذي روى عـــن النبـــي صلى الله عليه وسلم هذا الحديث وروى أبو هريرة عن النبي صلى الله عليه وسلم أنه قال من صلى صلاة لم يقرأ فيها بأم القرآن فهـــي خداج فهي خداج غير تمام فقال له حامل الحديث إني أكون أحيانـــا وراء الإمام قال اقرأ بها في نفسك وروى أبو عثمان النهدي عن أبي هريرة قال أمرني النبي صلى الله عليه وسلم أن أنادي أن لا صـــلاة إلا بقراءة فاتحة الكتاب واختار أكثر أصحاب الحـــديث أن لا يقـــرأ الرجل إذا جهر الإمام بالقراءة وقالوا يتتبع سكتات الإمام وقد اختلف أهل العلم في القراءة خلف الإمام فرأى أكثر أهل العلم من أصـــحاب النبي صلى الله عليه وسلم والتابعين ومن بعدهم القراءة خلف الإمام وبه يقول مالك بن أنس وعبد الله بن المبـــارك والـــشافعي وأحمـــد

وإسحاق وروي عن عبد الله بن المبارك أنه قال أنا اقرأ خلف الإمام والناس يقرؤون إلا قوما من الكوفيين وأرى أن من لم يقرأ صلاته جائزة وشدد قوم من أهل العلم في ترك قراءة فاتحة الكتاب وإن كان خلف الإمام فقالوا لا تجزئ صلاة إلا بقراءة فاتحة الكتاب وحده كان أو خلف الإمام وذهبوا إلى ما روى عبادة بن الصامت عن النبي صلى الله عليه وسلم وقرأ عبادة بن الصامت بعد النبي صلى الله عليه وسلم خلف الإمام وتأول قول النبي صلى الله عليه وسلم لا صلاة إلا بقراءة فاتحة الكتاب وبه يقول الشافعي وإسحاق وغيرهما واما أحمد بن حنبل فقال معنى قول النبي صلى الله عليه وسلم لا صلاة لمن لم يقرأ بفاتحة الكتاب إذا كان وحده واحتج بحديث جابر بن عبد الله قال من صلى ركعة لم يقرأ فيها بأم القرآن فلم يصل إلا أن يكون وراء الإمام قال أحمد بن حنبل فهذا رجل من أصحاب النبي صلى الله عليه وسلم تأول قول النبي صلى الله عليه وسلم لا صلاة لمن لم يقرأ بفاتحة الكتاب أن هذا إذا كان وحده واختار أحمد مع هذا القراءة خلف الإمام وإن لا يترك الرجل فاتحة الكتاب وإن كان خلف الإمام). قال الترمذي: حديث حسن

١٤. سنن الترمذي > أبواب العيدين عن رسول الله > باب ما جاء في صلاة الاستسقاء

حدثنا يحيى بن موسى حدثنا عبد الرزاق أخبرنا معمر عن الزهري عن عباد بن تميم عن عمه: (أن رسول الله صلى الله عليه وسلم خرج بالناس يستسقي فصلى بهم ركعتين جهر بالقراءة فيهما وحول رداءه ورفع يديه واستسقى واستقبل القبلة قال وفي الباب عن بن عباس وأبي هريرة وأنس وأبي اللحم قال أبو عيسى حديث عبد الله بن زيد حديث حسن صحيح وعلى هذا العمل عند أهل العلم وبه يقول الشافعي وأحمد وإسحاق وعم عباد بن تميم هو عبد الله بن زيد بن عاصم المازني). قال الترمذي: حسن صحيح

١٥. سنن الترمذي > كتاب فضائل القرآن عن رسول الله > باب ما جاء

كيف كان قراءة النبي

حدثنا قتيبة حدثنا الليث عن معاوية بن صالح عن عبد الله بن أبي قيس هو رجل بصري: (قال سألت عائشة عن وتر رسول الله صلى الله عليه وسلم كيف كان يوتر من أول الليل أو من آخره فقالت كل ذلك قد كان يصنع ربما أوتر من أول الليل وربما أوتر من آخره فقلت الحمد لله الذي جعل في الأمر سعة فقلت كيف كانت قراءته أكان يسر بالقراءة أم يجهر قالت كل ذلك قد كان يفعل قد كان ربما أسر وربما جهر قال فقلت الحمد لله الذي جعل في الأمر سعة قلت فكيف كان يصنع في الجنابة أكان يغتسل قبل أن ينام أو ينام قبل أن يغتسل قالت كل ذلك قد كان يفعل فربما اغتسل فنام وربما توضأ فنام قلت الحمد لله الذي جعل في الأمر سعة قال أبو عيسى هذا حديث حسن غريب من هذا الوجه). قال الترمذي: حسن غريب

١٦. سنن النسائي (المجتبى) > كتاب الافتتاح > باب ترك القراءة خلف الإمام فيما جهر به

أخبرنا قتيبة عن مالك عن بن شهاب عن بن أكيمة الليثي عن أبي هريرة: (أن رسول الله صلى الله عليه وسلم انصرف من صلاة جهر فيها بالقرآن فقال هل قرأ معي أحد منكم آنفا قال رجل نعم يا رسول الله قال إني أقول ما لي أنازع القرآن قال فانتهى الناس عن القراءة فيما جهر فيه رسول الله صلى الله عليه وسلم بالقراءة من الصلاة حين سمعوا ذلك).

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال ابن الصلاح: أطلق الخطيب والسلفي الصحة علىكتاب النسائي وقال ابن حجر: وأطلق عليه أيضا اسم الصحة أبو علي النيسابوري وأبو أحمد بن عدي وأبو الحسن الدارقطني وابن منده وعبد الغني بن سعيد وأبو يعلى الخليلي وغيرهم

١٧. سنن النسائي (المجتبى) > كتاب الاستسقاء > باب الجهر بالقراءة في صلاة الاستسقاء

أخبرنا محمد بن رافع قال حدثنا يحيى بن آدم قال حدثنا سفيان عن بن أبي ذئب عن الزهري عن عباد بن تميم عن عمه: (أن النبي صلى الله عليه وسلم خرج فاستسقى فصلى ركعتين جهر فيهما بالقراءة).

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال ابن الصلاح: أطلق الخطيب والسلفي الصحة علىكتاب النسائي وقال ابن حجر: وأطلق عليه أيضا اسم الصحة أبو علي النيسابوري وأبو أحمد بن عدي وأبو الحسن الدارقطني وابن منده وعبد الغني بن سعيد وأبو يعلى الخليلي وغيرهم

١٨. سنن النسائي (المجتبى) > كتاب قيام الليل وتطوع النهار > باب كيف القراءة بالليل

أخبرنا شعيب بن يوسف قال حدثنا عبد الرحمن عن معاوية بن صالح عن عبد الله بن أبي قيس قال سألت عائشة: (كيف كانت قراءة رسول الله صلى الله عليه وسلم بالليل يجهر أم يسر قالت كل ذلك قد كان يفعل ربما جهر وربما أسر)

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال ابن الصلاح: أطلق الخطيب والسلفي الصحة علىكتاب النسائي وقال ابن حجر: وأطلق عليه أيضا اسم الصحة أبو علي النيسابوري وأبو أحمد بن عدي وأبو الحسن الدارقطني وابن منده وعبد الغني بن سعيد وأبو يعلى الخليلي وغيرهم

١٩. سنن ابن ماجة > كتاب إقامة الصلاة والسنة فيها > باب إذا قرأ الإمام فأنصتوا

حدثنا جميل بن الحسن ثنا عبد الأعلى ثنا معمر عن الزهري عن بن أكيمة عن أبي هريرة قال: (صلى بنا رسول الله صلى الله عليه وسلم فذكر نحوه وزاد فيه قال فسكتوا بعد فيما جهر فيه الإمام).

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال الحافظ ابن حجر: كتاب النسائي أقل الكتب بعدالصحيحين حديثا ضعيفا ورجلا مجروحا ويقاربه كتاب

أبي داود وكتاب الترمذي ويقابله في الطرف الآخر كتاب ابن ماجة فإنه تفرد فيه بإخراج أحاديث عن رجال متهمين بالكــذب وســرقة الأحاديث وبعض تلك الأحاديث لا تعرف إلا من جهتهم

٢٠. سنن ابن ماجة > كتاب إقامة الصلاة والسنة فيها > باب ما جاء في القراءة في صلاة الليل

حدثنا أبو بكر بن أبي شيبة ثنا إسماعيل بن علية عن برد بن سنان عن عبادة بن نسي عن غضيف بن الحرث قال أتيت عائشة فقلــت: (أكان رسول الله صلى الله عليه وسلم يجهر بالقرآن أو يخافت بــه قالت ربما جهر وربما خافت قلت الله أكبر الحمد لله الذي جعل فــي هذا الأمر سعة).

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال الحافظ ابن حجر: كتاب النــسائي أقل الكتب بعدالصحيحين حديثا ضعيفا ورجلا مجروحا ويقاربه كتاب أبي داود وكتاب الترمذي ويقابله في الطرف الآخر كتاب ابن ماجة فإنه تفرد فيه بإخراج أحاديث عن رجال متهمين بالكــذب وســرقة الأحاديث وبعض تلك الأحاديث لا تعرف إلا من جهتهم

٢١. موطأ مالك > كتاب الصلاة > باب العمل في القراءة

وحدثني عن مالك عن نافع: (أن عبد الله بن عمر كان إذا فاته شيء من الصلاة مع الإمام فيما جهر فيه الإمام بالقراءة أنه إذا سلم الإمام قام عبد الله بن عمر فقرأ لنفسه فيما يقضي وجهر).

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال الشافعي ما علــى ظهــر الأرض كتاب بعد كتاب الله أصح من كتاب مالك يعني الموطأ. (وقد مــات الشافعي عام ٢٠٤هـ قبل ظهور البخاري ومسلم)

٢٢. موطأ مالك > كتاب الصلاة > باب ترك القراءة خلف الإمــام فيمــا جهر فيه

وحدثني يحيى عن مالك عن بن شهاب عن بن أكيمة الليثي عن أبي هريرة: (أن رسول الله صلى الله عليه وسلم انصرف من صلاة جهر فيها بالقراءة فقال هل قرأ معي منكم أحد آنفا فقال رجل نعم أنا يــا

رسول الله قال فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم إني أقول ما لي أنازع القرآن فانتهي الناس عن القراءة مع رسول الله صلى الله عليه وسلم فيما جهر فيه رسول الله صلى الله عليه وسلم بالقراءة حين سمعوا ذلك من رسول الله صلى الله عليه وسلم)

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال الشافعي ما على ظهر الأرض كتاب بعد كتاب الله أصح من كتاب مالك يعني الموطأ. (وقد مات الشافعي عام ٢٠٤هـ قبل ظهور البخاري ومسلم)

٢٣. موطأ مالك > كتاب قصر الصلاة في السفر > باب جامع الصلاة

وحدثني عن مالك عن بن شهاب عن عطاء بن يزيد الليثي عن عبيد الله بن عدي بن الخيار أنه قال: (بينما رسول الله صلى الله عليه وسلم جالس بين ظهراني الناس إذ جاءه رجل فساره فلم يدر ما ساره به حتى جهر رسول الله صلى الله عليه وسلم فإذا هو يستأذنه في قتل رجل من المنافقين فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم حين جهر أليس يشهد أن لا إله إلا الله وأن محمدا رسول الله فقال الرجل بلى ولا شهادة له فقال أليس يصلي قال بلى ولا صلاة له فقال صلى الله عليه وسلم أولئك الذين نهاني الله عنهم).

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال الشافعي ما على ظهر الأرض كتاب بعد كتاب الله أصح من كتاب مالك يعني الموطأ. (وقد مات الشافعي عام ٢٠٤هـ قبل ظهور البخاري ومسلم)

٢٤. صحيح ابن حبان > كتاب الصلاة > باب الوتر

خبرنا الحسن بن سفيان قال: حدثنا عبد الأعلى بن حماد، قال: حدثنا وهيب، عن برد أبي العلاء، عن عبادة بن نسي: (عن غضيف بن الحارث قال: قلت لعائشة: أرأيت النبي صلى الله عليه وسلم يا أم المؤمنين، أكان يوتر من أول الليل، أو من آخره ؟ قالت: ربما أوتر من أول الليل، وربما أوتر من آخره. قلت: الله أكبر، الحمد لله الذي جعل في الأمر سعة. قلت: يا أم المؤمنين، أرأيت رسول الله صلى الله عليه وسلم كان يغتسل من الجنابة من أول الليل، أو من آخره ؟

قالت: ربما اغتسل من أول الليل، وربما اغتسل من آخره. قلت: الله أكبر، الحمد لله الذي جعل في الأمر سعة. قلت: يا أم المؤمنين، أرأيت النبي صلى الله عليه وسلم، أكان يجهر بصلاته أم يخافت بها ؟ قالت: ربما جهر بصلاته، وربما خافت بها. قلت: الله أكبر، الحمد لله الذي جعل في الأمر سعة.).

٢٥. صحيح ابن حبان > كتاب الصلاة > باب صفة الصّلاة

أخبرنا عمر بن سعيد بن سنان، قال: أخبرنا أحمد بن أبي بكر، عن مالك، عن ابن شهاب، عن ابن أكيمة الليثي،عن أبي هريرة:: (أن رسول الله، صلى الله عليه وسلم انصرف من صلاة جهر فيها بالقراءة، فقال: ((هل قرأ أحد منكم آنفاً))؟ فقال رجل: نعم أنا يا رسول الله، فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: ((إني أقول: ما لي أنازع القرآن))؟ فانتهى الناس عن القراءة فيما جهر فيه رسول الله صلى الله عليه وسلم حين سمعوا ذلك من رسول الله صلى الله عليه وسلم.قال أبو حاتم رضي الله عنه: اسم ابن أكيمة: عمرو بن مسلم بن عمار بن أكيمة، وهما أخوان: عمرو بن مسلم، و عمر بن مسلم، فأما عمرو بن مسلم، فهو تابعي، سمع أبا هريرة، وسمع منه الزهري، وأما عمر بن مسلم، فهو من أتباع التابعين، سمع سعيد بن المسيب، وروى عنه مالك، و محمد بن عمرو، وهما ثقتان.).

٢٦. صحيح ابن حبان > كتاب الصلاة > باب النوافل

أخبرنا الحسن بن سفيان، قال: حدثنا عبد الأعلى بن حماد، قال: حدثنا وهيب، عن برد أبي العلاء، عن عبادة بن نسي، عن غضيف بن الحارث، قال: : (قلت لعائشة أرأيت النبي صلى الله عليه وسلم يجهر بصلاته، أو يخافت بها ؟ قالت: ربما جهر بصلاته، وربما خافت بها، قلت: الحمد لله الذي جعل في الأمر سعة.).

٢٧. صحيح ابن حبان > كتاب الصلاة > باب صلاة الكسوف

أخبرنا عبد الله بن محمد الأزدي، قال: حدثنا إسحاق بن إبراهيم، قال: أخبرنا الوليد بن مسلم، عن عبد الرحمن بن نمر، عن الزهري،

عن عروة : (عن عائشة أن النبي صلى الله عليه وسلم جهر بالقراءة في صلاة الكسوف.).

٢٨. صحيح ابن حبان > كتاب الصلاة > باب صلاة الاستسقاء

أخبرنا عمر بن محمد الهمداني، قال: حدثنا محمد بن بشار، قال: حدثنا عثمان بن عمر، قال: حدثنا ابن أبي ذئب، عن الزهري، عن عباد بن تميم : (عن عمه أن رسول الله صلى الله عليه وسلم خرج يستسقي، فاستقبل القبلة، وولى ظهره الناس، وقلب رداءه، وصلى ركعتين جهر فيهما بالقراءة.).

٢٩. صحيح ابن خزيمة > كتاب الصلاة > باب السنة في جهر الإمام بالقراءة، و استحباب الجهر بالقراءة

أنا أبو طاهر، نا أبو بكر، نا يعقوب بن إبراهيم الدورقي و أحمد بن منيع، قالا: حدثنا هشيم، أخبرنا أبو بشر عن سعيد، عن ابن عباس: (في قوله عز وجل: و لا تجهر بصلاتك و لا تخافت بها قال: نزلت و رسول الله صلى الله عليه و سلم مختف بمكة، فكان إذا صلى بأصحابه جهر بالقرآن، و قال الدورقي: رفع صوته بالقرآن، و قالا: فكان المشركون إذا سمعوا، سبوا القرآن، و من أنزله، و من أنزله، و من جاء به، فقال الله لنبيه صلى الله عليه و سلم: و لا تجهر بصلاتك أي بقراءتك، فيسمع المشركون، فيسبون القرآن، و لا تخافت بها عن أصحابك فلا يسمعون، و ابتغ بين ذلك سبيلا. قال الدورقي: عن أصحابك فلا تسمعهم. قال أبو بكر: هذا الخبر من الجنس الذي أعلمت في كتاب الإيمان أن الاسم قد يقع على على بعض أجزاء الشيء ذي الأجزاء و الشعب. قد اوقع الله عز و جل اسم الصلاة على القراءة فيها فقط و لا تجهر بصلاتك أراد القراءة فيها. و ليس الصلاة كلها، القراءة فيها فقط.).

٣٠. صحيح ابن خزيمة > كتاب الصلاة > باب إباحة الجهر ببعض القراءة والمخافتة ببعضها في صلاة الليل

نا عبد الله بن هاشم، نا عبد الرحمن – يعني ابن مهدي – عن معاوية

عن عبد الله بن أبي قيس، وحدثنا بحر بن نصر، ثنا عبد الله بن وهب، حدثني معاوية بن صالح أن عبد الله بن أبي قيس حدثه:: (أنه سأل عائشة: كيف كانت قراءة رسول الله صلى الله عليه وسلم من الليل، أكان يجهر أم يسر ؟ قالت: كل ذلك كان يفعل، ربما جهر وربما أسر. فزاد بحر في حديثه، قال: فقلت: الحمد لله الذي جعل في الأمر سعة.).

٣١. مستدرك الحاكم > كتاب الإمامة و صلاة الجماعة > باب التأمين

ما حدثني أبو بكر مكي بن أحمد البردعي، ثنا أبو الفضل العباس بن عمران القاضي، ثنا أبو جابر سيف بن عمرو، ثنا محمد بن أبي السري، ثنا إسماعيل بن أبي أويس، ثنا مالك، عن حميد، عن أنس قال: (صليت خلف النبي صلى الله عليه و سلم و خلف أبي بكر و خلف عمر و خلف عثمان و خلف علي فكلهم كانوا يجهرون بقراءة بسم الله الرحمن الرحيم.

إنما ذكرت هذا الحديث شاهداً لما تقدمه ففي هذه الأخبار التي ذكرناها معارضة لحديث قتادة الذي يرويه أئمتنا عنه و قد بقي في الباب عن أمير المؤمنين عثمان، و علي، و طلحة بن عبيد الله، و جابر بن عبد الله، و عبد الله بن عمر، و الحكم بن عمير الثمالي، و النعمان بن بشير، و سمرة بن جندب، و بريدة الأسلمي، و عائشة بنت الصديق رضي الله عنهم، كلها مخرجة عندي في الباب تركتها إيثاراً للتخفيف، و اختصرت منها ما يليق بهذا الباب، و كذلك قد ذكرت في الباب من جهر ببسم الله الرحمن الرحيم من الصحابة و التابعين، و أتباعهم رضي الله عنهم.).

٣٢. مسند أحمد > مسند أبي هريرة رضي الله عنه > مسند أبي هريرة رضي الله عنه

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، قال: قرأت على عبد الرحمن مالك، عن ابن شهاب، عن ابن أكيمة الليثي، عن أبي هريرة: (أن رسول الله صلى الله عليه وسلم انصرف من صلاة جهر فيها بالقراءة فقال: هل قرأ معي أحد منكم آنفاً ؟ قال رجل: نعم: يا رسول الله قال: إني

أقول ما لي أنازع القرآن قال: فانتهى الناس عن القراءة مع رسـول الله صلى الله عليه وسلم فيما جهر فيه رسول الله صـلى الله عليـه وسلم من القراءة في الصلاة، حين سمعوا ذلك من رسول الله صـلى الله عليه وسلم.).

٣٣. مسند أحمد > مسند أبي هريرة رضي الله عنه > مسند أبي هريـرة رضي الله عنه

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا عبد الرزاق، ثنا معمر، عن الزهـري، قال: سمعت ابن أكيمة يحدث عن أبي هريرة: (أن رسول الله صلى الله عليه وسلم صلى صلاة جهر فيها بالقراءة ثم أقبل على النـاس بعـدما سلم فقال: هل قرأ منكم أحد معي آنفاً ؟ قالوا: نعم يا رسول الله، قـال: إني أقول ما لي أنازع القرآن فانتهى الناس عن القراءة مع رسول الله صلى الله عليه وسلم فيما يجهر به من القراءة حين سمعوا ذلـك مـن رسول الله صلى الله عليه وسلم

٣٤. مسند أحمد > تتمة مسند أبي هريرة رضي الله تعالى عنه > تتمـة مسند أبي هريرة رضي الله تعالى عنه

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا وكيع قال: ثنا ابن أبي ليلى، عن عطاء، عن أبي هريرة قال:: (كان رسول الله صلى الله عليه و سـلم يؤمنـا فيجهر و يخافت، فجهرنا فيما جهر، و خافتنا فيما خافـت و سـمعته يقول: لا صلاة إلا بقراءة.).

٣٥. مسند أحمد > مسند أبي هريرة رضي الله عنه > مسند أبي هريـرة رضي الله عنه

حدثنا عبد الله، حدثني أبي، ثنا عبد الرزاق قال: حدثنا سفيان، عن ابن أبي ليلى، عن عطاء، عن أبي هريرة قال:: (كان رسول الله صلى الله عليه وسلم يؤمنا في الصلاة فيجهر و يخافت، فجهرنا فيما جهر فيه، و خافتنا فيما خافت فيه، فسمعته يقول: لا صلاة إلا بقراءة.).

٣٦. مسند أحمد > حديث عبد الله بن زيد بن عاصم المازني رضـي الله تعالى عنه و كا > حديث عبد الله بن زيد بن عاصم المازني رضي الله

تعالى عنه و كا
قال حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا عبد الرزاق قال: ثنا معمر عن الزهري عن عباد بن تميم عن عمه قال:: (خرج رسول الله صلى الله عليه و سلم بالناس يستسقي، فصلى بهم ركعتين، و جهر بالقراءة فيها، و حول رداءه و دعا، و استقبل القبلة.).

٣٧. مسند أحمد > حديث عبد الله بن زيد بن عاصم المازني رضي الله تعالى عنه و كا > حديث عبد الله بن زيد بن عاصم المازني رضي الله تعالى عنه و كا
قال حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا يزيد قال: أنا ابن أبي ذئب عن الزهري عن عباد بن تميم عن عمه قال:: (شهدت رسول الله صلى الله عليه و سلم خرج يستقي، فولى ظهره الناس و استقبل القبلة، و حول رداءه، و جعل يدعو، و صلى ركعتين و جهر بالقراءة.).

٣٨. مسند أحمد > حديث عبد الله بن زيد بن عاصم المازني رضي الله تعالى عنه و كا > حديث عبد الله بن زيد بن عاصم المازني رضي الله تعالى عنه و كا
قال حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا أبو معاوية قال: ثنا ابن أبي ذئب عن الزهري عن عباد بن تميم عن عمه قال:: (خرج رسول الله صلى الله عليه و سلم يستسقي، فاستقبل القبلة و حول رداءه، و جهر بالقراءة و صلى ركعتين.).

٣٩. مسند أحمد > حديث عبد الله بن زيد بن عاصم المازني رضي الله تعالى عنه و كا > حديث عبد الله بن زيد بن عاصم المازني رضي الله تعالى عنه و كا
حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا أبو نعيم قال: ثنا ابن أبي ذئب عن الزهري عن عباد بن تميم عن عمه:: (أن رسول الله صلى الله عليه و سلم خرج فتوجه القبلة يدعو و حول رداءه، ثم صلى ركعتين جهر فيهما بالقراءة.).

٤٠. مسند أحمد > حديث عبادة بن الصامت رضي الله عنه > حديث

عبادة بن الصامت رضي الله عنه

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا يعقوب عن ابن إسحاق حدثني مكحول عن محمود بن ربيع الأنصاري عن عبادة بن الصامت قال:: (صلى بنا رسول الله صلى الله عليه و سلم الصبح فثقلت عليه القراءة، فلما انصرف رسول الله صلى الله عليه و سلم من صلاته أقبل علينا بوجهه فقال: إني لأراكم تقرؤون خلف إمامكم إذا جهر ؟ قال: قلنا: أجل و الله يا رسول الله هذا، قال: فلا تفعلوا إلا بأم القرآن، فإنه لا صلاة لمن لم يقرأ بها.).

٤١. مسند أحمد > حديث عبادة بن الصامت رضي الله عنه > حديث عبادة بن الصامت رضي الله عنه

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا يعقوب ثنا أبي عن ابن إسحاق حدثني مكحول عن محمود بن ربيع الأنصاري عن عبادة بن الصامت قال:: (صلى بنا رسول الله صلى الله عليه و سلم الصبح فثقلت عليه فيها القراءة فلما انصرف رسول الله صلى الله عليه و سلم من صلاته أقبل علينا بوجهه فقال: إني لأراكم تقرؤون خلف إمامكم إذا جهر ؟ قال: قلنا: أجل و الله إذاً يا رسول الله، إنه لهذا، فقال رسول الله صلى الله عليه و سلم: لا تفعلوا إلا بأم القرآن فإنه لا صلاة لمن لم يقرأ بها.).

٤٢. مسند أحمد > حديث السيدة عائشة رضي الله عنها > حديث السيدة عائشة رضي الله عنها

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا حسن ثنا ابن لهيعة ثنا عقيل بن خالد عن ابن شهاب عن عروة عن عائشة:: (أن رسول الله صلى الله عليه و سلم جهر فيها بالقراءة. ـ يعني في الكسوف

٤٣. مسند أحمد > حديث السيدة عائشة رضي الله عنها > حديث السيدة عائشة رضي الله عنها

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا إسماعيل قال برد بن سنان عن عبادة بن نسي عن غضيف بن الحرث قال: قلت لعائشة:: (أرأيت رسول الله صلى الله عليه و سلم كان يغتسل من الجنابة في أول الليل أو في

آخره؟ قالت: ربما اغتسل في أول الليل و ربما اغتسل في آخره. قلت: الله أكبر، الحمد لله الذي جعل في الأمر سعة، قلت: أرأيت رسول الله صلى الله عليه و سلم كان يوتر في أول الليل أو في آخره ؟ قالت: ربما أوتر في الليل و ربما أوتر في آخره. قلت: الله أكبر، الحمد لله الذي جعل في الأمر سعة، قلت: أرأيت رسول الله صلى الله عليه و سلم كان يجهر بالقرآن أو يخافت به ؟ قالت: ربما جهر به و ربما خافت. قلت: الله أكبر، الحمد لله الذي جعل في الأمر سعة.).

٤٤. مسند أحمد > حديث السيدة عائشة رضي الله عنها > حديث السيدة عائشة رضي الله عنها

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا إسحاق قال: حدثني ليث بن سعد قال: حدثني معاوية بن صالح الحضرمي عن عبد الله بن قيس قال:: (سألت عائشة أكان النبي صلى الله عليه و سلم يوتر من أول الليل أو من آخره ؟ فقالت: كل ذلك كان يفعل ربما أوتر أول الليل و ربما أوتر آخره، قلت: الحمد الله الذي جعل في الأمر سعة، قلت: كيف كانت قراءته يسر أو يجهر ؟ قالت: كل ذلك كان يفعل ربما أسر و ربما جهر، قال: قلت الحمد الله الذي جعل في الأمر سعة، قال: قلت: كيف كان يصنع في الجنابة أكان يغتسل ؟ قبل أن ينام أو ينام قبل أن يغتسل قالت: كل ذلك كان يفعل ربما اغتسل فنام و ربما توضأ و نام، قال: قلت: الحمد لله الذي جعل في الأمر سعة.).

٤٥. مسند أحمد > حديث السيدة عائشة رضي الله عنها > حديث السيدة عائشة رضي الله عنها

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا عبد الرحمن عن معاوية عن عبد الله بن أبي قيس قال:: (سألت عائشة كيف كان نوم رسول الله صلى الله عليه و سلم في الجنابة، أيغتسل قبل أن ينام ؟ فقالت: كل ذلك قد كان يفعل، ربما اغتسل فنام و ربما توضأ فنام،، قال: قلت لها: كيف كانت قراءة رسول الله صلى الله عليه و سلم من الليل أيجهر أم يسر ؟ قالت: كل ذلك قد كان يفعل، ربما جهر و ربما أسر.).

٤٦. مسند أبي يعلى الموصلي > [مسند أبي هريرة] > [مسند أبي هريرة]

حدثنا أحمد، حدثنا مبشر، عن الأوزاعي، عن الزهري، عن سعيد بن المسيب أنه: (سمع أبا هريرة قال: قرأ ناس مع رسول الله ــ صلى الله عليه وسلم ــ في صلاة جهر فيها بالقراءة، فلما قضى رسول الله ــ صلى الله عليه وسلم ــ أقبل عليهم فقال: هل قرأ معي أحد ؟. قالوا: نعم. قال: إني أقول ما بالي أنازع القرآن ؟. قال الزهري: فاتعظ الناس بذلك. ولم يكونوا يقرؤون فيما جهر.).

٤٧. مصنف عبد الرزاق > كتاب الصلاة > باب لا صلاة إلا بقراءة

عبد الرزاق عن الثوري عن ابن أبي ليلى عن عطاء عن أبي هريرة قال:: (كان النبي صلى الله عليه وسلم يؤمنا فيجهر، ويخافت، فنجهر فيما جهر، ونخافت فيما خافت، فسمعته يقول: لا صلاة إلا بقراءة.).

٤٨. مصنف عبد الرزاق > كتاب الصلاة > باب القراءة خلف الإمام

عبد الرزاق عن معمر عن الزهري قال: سمعت ابن أكيمة يحدث عن أبي هريرة:: (أن رسول الله صلى الله عليه وسلم صلى صلاة جهر فيها [بالقراءة] ثم أقبل على الناس بعدما سلم، فقال لهم: هل قرأ منكم معي أحد آنفا ؟ قالوا: نعم، يا رسول الله ! قال: إني أقول ما لي أنازع القرآن، فانتهى الناس عن القراءة مع رسول الله صلى الله عليه وسلم فيما يجهر به من القراءة، حين سمعوا ذلك من رسول الله صلى الله عليه وسلم.).

٤٩. المعجم الصغير > باب العين > من اسمه عبد الله

حدثنا عبد الله بن محمد بن جمعة الدمشقي، حدثنا العباس بن الوليد بن مزيد، أخبرني أبي، حدثنا عبد الله بن لهيعة، حدثني يزيد بن أبي حبيب، عن محمد بن إسحاق، عن مكحول، عن محمود بن الربيع، عن عبادة بن الصامت رضي الله عن: (صلى بنا رسول الله صلى الله عليه وآله وسلم صلاةً جهر فيها بالقراءة، ثم انصرف إلينا فقال: " ألا أراكم تقرؤون مع إمامكم "، قلنا: أجل يا نبي الله، فقال: " إني

أقول مالي أنازغ القرآن، لا تفعلوا، إذا جهر الإمام بالقرآن فلا يقــرأ إلا بأم القرآن، فإنه لا صـــلاة لمـــن لـــم يقــرأ بـــأم القــرآن ".).
لم يروه عن يزيد بن أبي حبيب إلا ابن لهيعة، و الوليد بن مزيد ممن سمع ابن لهيعة قبل احتراق كتبه

٥٠. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الطهارة > باب الجنـــب يريـــد النـــوم فيغسل فرجه و يتوضأ وضوءه للصلاة ثم ينام

أخبرنا أبو طاهر الفقيه ثنا علي بن حمشاذ العدل ثنا الحارث بن أبي أسامة ثنا أبو النضر ثنا الليث عن معاوية بن صالح عن عبد الله بـــن أبي قيس قال:: (سألت عائشة عن وتر رسول الله صـــلى الله عليـــه و سلم كيف كان يوتر من أول الليل أو آخره، قالت: كل ذلك كان يفعل، ربما أوتر و ربما أخره، قلت: الحمد لله الذي جعل في الأمـــر ســـعة، قلت: كيف كانت قراءته من الليل أكان يسر بالقرآن من الليل أم يجهر، قالت: كل ذلك قد كان يفعل، ربما أسر و ربما جهر، قال: قلت الحمـــد لله الذي جعل في الأمر سعة، قلت: كيف كان يصنع في الجنابة أكـــان يغتسل قبل أن ينام أو ينام قبل أن يغتسل، قالت: كل ذلك قد كان يفعل، ربما اغتسل فنام، و ربما اغتسل فنام، و ربما توضأ فنام، قال: فقلت: الحمد لله الذي جعل في الأمر سعة. رواه مسلم في الصحيح عن قتيبة عن الليث، إلا أنه اختصر الحديث فذكر قصة الغسل دون ما قبله

٥١. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب جهر الإمام بالتأمين

أخبرنا أبو بكر محمد بن إبراهيم الفارسي أنبأ إبراهيم بن عبد الله ثنا محمد بن سليمان بن فارس ثنا محمد بن إسماعيل البخـــاري قـــال:: (خولف شعبة فيه في ثلاثة أشياء، قيل: حجر أبو السكن، و هو ابن عنبس. و زاد فيه: علقمة و ليس فيه، و قال خفض بها صـــوته، و إنما هو جهر بها. و بلغني عن أبي عيسى الترمذي عن البخاري أنه ذكره و قال: حديث سفيان الثوري عن سلمة في هذا الباب أصح من حديث شعبة، و شعبة أخطأ فيه، و كذلك قاله أبو زرعة الرازي. قال الشيخ رحمه الله أما خطؤه في متنه فبين، و أما قوله: عن علقمة فقد

بين في روايته أن حجراً سمعه من علقمة و قد سمعه أيضاً من وائل نفسه. و قد رواه أبو الوليد الطيالسي عن شعبة نحو رواية الثوري.).

٥٢. مصنف عبد الرزاق > كتاب الصلاة > باب التسليم

عبد الرزاق عن ابن عيينة قال: أخبرني ابن أبي حسين قال:: (أدركني ابن طاووس بالطواف فضرب على منكبي، فقال لأبيه: صاحبك على أن يجهر بالتسليم، يعني ابن هشام قال: أول من جهر بالتسليم عمر بن الخطاب، فعاب عليه ذلك الأنصار فقالوا: وعليك [أي عليك السلام] ما شأنك ؟ قال: أردت أن يكون إذني.).

٥٣. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب من قال لا يجهر بها

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ و أبو عبد الرحمن السلمي و أبو عثمان سعيد بن محمد بن عبدان و أبو صادق بن أبي الفوارس الصيدلاني قالوا ثنا أبو العباس محمد بن يعقوب ثنا محمد بن إسحاق الصغاني ثنا روح ثنا عثمان بن غياث ثنا أبو نعامة: (صليت خلف رسول الله صلى الله عليه و سلم و أبي بكر و عمر، فما سمعت أحداً منهم يقرأ بسم الله الرحمن الرحيم. عز و جل كذلك رواه الجريري عن أبي نعامة قيس بن عباية الحنفي، و زاد في متنه: عثمان رضي الله عنهم، إلا أنه قال: فلم أسمع أحداً منهم جهر بها. و خالفهما خالد الحذاء فرواه عن أبي نعامة عن أنس بن مالك.).

٥٤. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب من قال لا يقرأ خلف الإمام على الإطلاق

و قد أخبرنا أبو عبد الله الحافظ و أبو سعيد بن أبي عمرو قالا ثنا أبو العباس محمد بن يعقوب أنبأ هارون بن سليمان ثنا عبد الرحمن بن مهدي عن سفيان و شعبة عن منصور عن أبي وائل: (أن رجلاً سأل ابن مسعود عن القراءة خلف الإمام فقال: أنصت للقرآن، فإن في الصلاة شغلاً، و سيكفيك ذاك الإمام. و إنما يقال: انصت للقرآن لما يسمع لا لما لا يسمع، و قد قال علقمة صليت إلى جنب عبد الله فلم أعلم أنه يقرأ حتى جهر بهذه الآية وقل رب زدني علماً.).

٥٥. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب من قال لا يقرأ خلف الإمام على الإطلاق

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ و أبو سعيد بن أبي عمرو قالا ثنا أبو العباس محمد بن يعقوب ثنا أسيد بن عاصم ثنا الحسين بن حفص عن سفيان ثنا أسامة عن القاسم بن محمد قال:: (كان ابن عمر لا يقرأ خلف الإمام جهر أو لم يجهر، و كان رجال أئمة يقرؤون وراء الإمام كذا رواه، و المثبت أولى من النافي.).

٥٦. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب من قال يترك المأموم القراءة فيما جهر فيه الإمام بالقراءة

أخبرنا أبو علي الروزباري أنبأ أبو بكر بن داسة ثنا أبو داود ثنا مسدد و أحمد بن محمد المروزي و محمد بن أحمد بن أبي خلف و عبد الله بن محمد الزهري و ابن السرح قالوا ثنا سفيان عن الزهري و أخبرنا أبو الحسين بن الفضل الق: (صلى بنا رسول الله صلى الله عليه و سلم صلاة ــ نظن أنها الصبح ــ فلما قضاها قال: هل قرا منكم أحد، فقال رجل نعم، أنا يا رسول الله، فقال رسول الله صلى الله عليه و سلم: غني أقول ما لي أنازع القرآن. قال علي ابن المديني: قال سفيان: ثم قال الزهري شيئاً لم أحفظه انتهى حفظي إلى هذا. و قال معمر عن الزهري: فانتهى الناس عن القراءة فيما جهر فيه رسول الله صلى الله عليه و سلم. قال علي: قال لي سفيان يوماً: فنظرت في شيء عندي فإذا هو: صلى بنا رسول الله صلى الله عليه و سلم صلاة الصبح، بلا شك. و قال مسدد في حديثه: قال معمر: فانتهى الناس عن القراءة فيما جهر به رسول الله صلى الله عليه و سلم. و قال ابن السرح في حديثه: قال معمر عن الزهري: قال أبو هريرة: فانتهى الناس. و قال عبد الله بن محمد الزهري: قال سفيان: و تكلم الزهري بكلمة لم أسمعها، فقال معمر: إنه قال: فانتهى الناس. قال أبو داود: و روى عبد الرحمن بن إسحاق عن الزهري، و انتهى حديثه إلى قوله: ما

لي أنازع القرآن.

و رواه الأوزاعي عن الزهري قال فيه: قال الزهري: فاتعظ المسلمون بذلك، فلم يكونوا يقرؤون معه فيما يجهر به.قال أبو داود: سمعت محمد بن يحيى بن فارس يقول: قوله: فانتهى الناس، من كلام الزهري.قال الشيخ و كذا قاله محمد بن إسماعيل البخاري في التاريخ قال: هذا الكلام من قول الزهري أخبرنا محمد بن إبراهيم بن محمد الفارسي أنبأ إبراهيم بن عبد الله الأصبهاني ثنا محمد بن سليمان بن فارس قال محمد بن إسماعيل، فذكره. و قال في ابن أكيمة: هو عمارة بن أكيمة الليثي و يقال عمار.).

٥٧. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب من قال يقرأ خلف الإمام فيما يجهر فيه بالقراءة بفاتحة الك

و أخبرنا أبو بكر بن الحارث الفقيه أنبأ أبو محمد بن حيان أبو الشيخ ثنا محمد بن العباس ثنا ابن عرفة ثنا ابن علية عن ليث عن عطاء عن ابن عباس قال:: (لا تدع أن تقرأ بفاتحة الكتاب في كل ركعة خلف الإمام، جهر أو لم يجهر.

و منهم عبد الله بن عمر بن الخطاب و عبد الله بن عمرو بن العاص رضي الله عنهم، قد مضت رواية أبي الأزهر الضبعي عن أبي العالية عن ابن عمر.).

٥٨. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب من قال يقرأ خلف الإمام فيما يجهر فيه بالقراءة بفاتحة الكتاب

أخبرنا أبو علي الروزباري أنبأ أبو بكر بن داسة ثنا أبو داود ثنا علي بن سهل الرملي هو ابن مسلم عن ابن جابر و سعيد بن عبد العزيز و عبد الله بن العلاء قالوا: كان مكحول يقول:: (اقرأ في المغرب و العشاء و الصبح بفاتحة الكتاب في كل ركعة سراً. قال مكحول: اقرأ بها فيما جهر الإمام إذا قرأ بفاتحة الكتاب و سكت سراً، و إن لم يسكت قرأتها قبله و معه و بعده، لا تتركنها على حال.).

٥٩. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب من قال يقرأ خلف الإمام فيما يجهر فيه بالقراءة بفاتحة الك

و منهم أبو الدرداء رضي الله عنه أخبرنا أحمد بن محمد بن الحارث الفقيه أنبأ أبو محمد بن حيان ثنا أبو بكر بن أبي داود ثنا أحمد بن أبي الحواري و عمرو بن عثمان و محمود بن خالد و كثير بن عبيد و علي بن سهل قالوا أنبأ الوليد: (لا يترك قراءة فاتحة الكتاب خلف الإمام، جهر أو لم يجهر. هذا لفظ كثير و زاد علي و ابن أبي الحواري: و لو أن تقرأ و أنت راكع. زاد عمرو وحده: و إن كان راكعاً، فاقرأها إذا علمت أنك تدرك آخرها.).

٦٠. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب كيفية الجهر

أخبرنا أبو أحمد المهرجاني أنبأ أبو بكر بن جعفر المزكي ثنا محمد بن إبراهيم البوشنجي ثنا ابن بكير ثنا مالك عن عمه أبي سهيل عن أبيه أن عمر بن الخطاب رضي الله عنه:: (كان يجهر بالقراءة في الصلاة، وأن قراءته كانت تسمع عند دار أبي جهم بالبلاط. قال أبو عبد الله هو البوشنجي رحمه الله: البلاط موضع بالمدينة قريب من السوق.

قال الشيخ رحمه الله ولم يكن في الوقت الذي جهر فيه عمر هذا الجهر، ما كان في وقت نزول الآية من خوف المشركين أن ينالوا منه.).

٦١. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب من قال يقرأ بين كل سورتين بسم الله الرحمن الرحيم

وأخبرنا أبو النصر أنبأ أبو الفضل محمد بن عبد الله خميرويه الهروي بها ثنا أحمد بن نجدة ثنا محمد بن عبد الله بن نمير ثنا محمد بن بشر ثنا عبيد الله عن نافع عن ابن عمر أنه:: (كان يجهر إذا قرأ بسم الله الرحمن الرحيم، وإذا قرأ السورة جهر بها أيضا.).

٦٢. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب من قال يقرأ خلف الإمام فيما يجهر فيه بالقراءة بفاتحة الك

أخبرناه أبو بكر أحمد بن محمد بن الحارث الفقيه أنبأ علي بن عمر الحافظ ثنا ابن صاعد ثنا عبيد الله بن سعد ثنا عمي ثنا أبي عن ابن إسحاق قال حدثني مكحول بهذا و قال فيه:: (فقال: إني لأراكم تقرؤون خلف إمامكم إذا جهر، قلنا: أجل و الله يا رسول الله هذا قال: فلا تفعلوا إلا بأم القرآن، فإنه لا صلاة لمن لم يقرأ بها.). قال علي بن عمر: هذا إسناد حسن.

٦٣. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب من جهر بالقراءة فيما حقه الإسرار لم يسجد سجدتي السهو

أخبرنا أبو علي الروذباري أنبأ إسماعيل بن محمد الصفار ثنا عبد الرحمن بن الوليد الفحام ثنا عبد الوهاب بن عطاء ثنا داود بن أبي هند عن عامر عن سعيد بن العاص:: (أنه جهر بالقراءة في الظهر أو العصر – شك داود – فسبح الناس فمضى، فلما قضى الصلاة قال: إن في كل صلاة قراءة، وما حملني على ذلك خلاف السنة، ولكنني قرأت ناسياً فكرت أن أقطع القراءة. ويذكر عن قتادة أن أنس بن مالك جهر في الظهر والعصر فلم يسجد. و عن خباب بن الأرت بنحو من ذلك، وروي فيه عن عمر و عبد الله بن مسعود رضي الله عنهما.).

٦٤. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب من كل الليل أوتر رسول الله صلى الله عليه و سلم

أخبرنا أبو علي الروزباري أنبأ أبو بكر بن داسة ثنا أبو داود ثنا قتيبة بن سعيد ثنا الليث بن سعد عن معاوية بن صالح عن عبد الله بن أبي قيس قال:: (سألت عائشة عن وتر رسول الله صلى الله عليه و سلم قالت: ربما أوتر من أول الليل و ربما أوتر من آخره، قلت: كيف كانت قراءته كان يسر بالقراءة أم يجهر، قالت: كل ذلك كان يفعل، ربما أسر و ربما جهر، و ربما اغتسل و ربما توضأ فنام.).

٦٥. سنن البيهقي الكبرى > كتاب الصلاة > باب من جهر بها إذا كان من حوله لا يتأذى بقراءته

أخبرنا محمد بن عبد الله الحافظ ثنا أبو العباس محمد بن يعقوب ثنا

بحر بن نصر الخولاني ثنا عبد الله بن وهب و أخبرني معاوية بن صالح أن عبد الله بن أبي قيس حدثه أنه سأل عائشة:: (كيف كانت قراءة رسول الله صلى الله عليه و سلم من الليل أكان يجهر أم يسر، قالت: كل ذلك يفعل، ربما جهر و ربما أسر، قال: قلت: الحمد لله الذي جعل في الأمر سعة.).

٦٦. سنن البيهقي الكبرى > كتاب صلاة الخسوف > باب من اختار الجهر بها

و أخبرنا أبو الحسين بن الفضل القطان ببغداد أنبأ أبو بكر أحمد بن كامل بن خلف القاضي ثنا محمد بن إسمعيل يعني السلمي ثنا سعيد بن حفص خال النفيلي ثنا موسى بن أعين عن إسحق بن راشد عن الزهري عن عروة عن عائشة رضي الله عنها: (أن رسول الله صلى في كسوف الشمس أربع ركعات و أربع سجدات، فقرأ في الركعة الأولى بالعنكبوت، و في الثانية بلقمان أو الروم. و روينا عن حنش عن علي رضي الله عنه أنه جهر بالقراءة في صلاة كسوف الشمس. و فيما حكى أبو عيسى الترمذي عن محمد بن إسمعيل البخاري أنه قال: حديث عائشة رضي الله عنها أن النبي صلى الله عليه وسلم جهر بالقراءة في صلاة الكسوف أصح عندي من حديث سمرة أن النبي صلى الله عليه وسلم أسر القراءة فيها.

قال الإمام أحمد رحمه الله: حديث عائشة رضي الله عنها في الجهر ينفرد به الزهري. و قد روينا من وجه آخر عن عائشة ثم عن ابن عباس رضي الله عنهما ما يدل على الإسرار بها. و الله أعلم.).

٦٧. سنن البيهقي الكبرى > كتاب صلاة الخسوف > باب من اختار الجهر بها

أخبرنا أبو الحسن علي بن أحمد بن عبدان أنبأ أحمد بن عبيد الصفار ثنا الحسن بن العباس الرازي ثنا محمد بن مهران ثنا الوليد بن مسلم ثنا عبد الرحمن بن نمر سمع ابن شهاب يخبر عن عروة عن عائشة: (أن النبي صلى الله عليه وسلم جهر في صلاة الكسوف بقراءته، فإذا

فرغ من قراءته كبر و ركع، و إذا رفع رأسه، قال: سمعت الله لمن حمده ربنا و لك الحمد، ثم تعاود القراءة في صلاة الكسوف، فصلى أربع ركعات في ركعتين و أربع سجدات. رواه البخاري و مسلم جميعاً في الصحيح عن محمد بن مهران. قال البخاري: تابعه سليمان بن كثير و سفيان بن حسين عن الزهري في الجهر.).

٦٨. سنن البيهقي الكبرى > كتاب صلاة الاستسقاء > باب الدليل على أن السنة في صلاة الاستسقاء السنة في صلاة العي

أخبرنا أبو بكر الحارث الفقيه أنبأ أبو محمد بن حيان أبو الشيخ الأصبهاني ثنا أحمد بن عمرو يعني ابن عبد الخالق ثنا يحيى بن حبيب بن عربي ثنا روح بن عبادة ثنا محمد بن عبد العزيز عن أبيه عن طلحة بن عبد الله بن عوف قال:: (سألت ابن عباس عن السنة في الاستسقاء فقال: مثل السنة في العيدين، خرج رسول الله صلى الله عليه وسلم يستسقي فصلى ركعتين بغير أذان و لا إقامة، و كبر فيهما ثنتي عشرة تكبيرة، سبعاً في الأولى، و خمساً في الآخرة، و جهر بالقراءة، ثم انصرف فخطب و استقبل القبلة، و حول رداءه، ثم استسقى.).محمد بن عبد العزيز هذا غير قوي، و هو بما قبله من الشواهد يقوى.

٦٩. سنن البيهقي الكبرى > كتاب صلاة الاستسقاء > باب ذكر الأخبار التي تدل على أنه دعا أو خطب قبل الصلاة

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ و أبو بكر أحمد بن الحسن القاضي و أبو زكريا يحيى بن إبراهيم المزكي قالوا ثنا أبو العباس محمد بن يعقوب ثنا بحر بن نصر قال قرئ على ابن وهب أخبرك ابن أبي ذئب و يونس بن يزيد عن ابن شهاب قال أخبرني: (خرج رسول الله صلى الله عليه وسلم يستسقي فحول إلى الناس ظهره يدعو الله، و استقبل القبلة، فحول رداءه، ثم صلى ركعتين. قال ابن أبي ذئب في الحديث: و قرأ فيهما، قال ابن وهب: يريد الجهر. رواه البخاري في الصحيح عن آدم بن إياس عن ابن أبي ذئب و قال

في الحديث: فصلى ركعتين جهر فيهما بالقراءة. و كذلك عن أبي نعيم عن ابن أبي ذئب. و رواه مسلم عن أبي الطاهر و حرملة عن ابن وهب عن يونس وحده.

و رواه الثوري و يزيد بن هارون و عثمان بن عمر و أبو داود الطيالسي عن ابن أبي ذئب دون قوله: ثم، و كذلك رواه سفيان بن عيينة عن الزهري دون كلمة ثم، و رواه معمر عن الزهري فوصف الصلاة أولا ثم وصف تحويل الرداء و الدعاء. و الله أعلم).

٧٠. سنن البيهقي الكبرى > كتاب صلاة الاستسقاء > باب الدليل على أن السنة في صلاة الاستسقاء السنة في صلاة العيد

أخبرنا أبو طاهر الفقيه من أصل سماعه ثنا أبو بكر محمد بن الحسين القطان ثنا أحمد بن يوسف السلمي ثنا أبو بكر عبد الرزاق أنبأ معمر عن الزهري عن عباد بن تميم عن عمه قال:: (خرج رسول الله صلى الله عليه وسلم بالناس يستسقي فصلى ركعتين جهر بالقراءة فيهما، و حول رداءه و استسقى و استقبل القبلة. زاد غيره فيه عن عبد الرزاق: و رفع يديه يدعو فدعا و استسقى).

٧١. شعب الايمان > التاسع عشر من شعب الإيمان هو باب في تعظيم القرآن > فصل في الجهر بقراءة القرآن في صلاة الليل

أخبرنا علي بن أحمد بن عبدان أنا أحمد بن عبيد الصفار ثنا إسماعيل بن الفضل حدثني يعقوب بن كاسب ثنا عبد الله بن عبد الله الأموي عن مخرمة بن سليمان عن كريب قال:: (سألت ابن عباس عن جهر النبي صلى الله عليه و سلم بالقراءة بالليل فقال كان يقرأ في حجرته قراءة لو شاء حافظ أن يتعلمها لفعل. و رواه سعيد بن أبي هلال عن مخرمة و قال فيه: كان يقرأ في بعض حجره فيسمع قراءته من كان خارجاً).

٧٢. شعب الايمان > التاسع عشر من شعب الإيمان هو باب في تعظيم القرآن > فصل في الجهر بقراءة القرآن في صلاة الليل

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ أنا أبو العباس محمد بن يعقوب قال: ثنا

العباس بن محمد ثنا إسحاق بن منصور السلولي ثنا قيس عن هلال بن خباب عن يحيى بن جعدة عن أم هانئ قالت: (سمعت رسول الله صلى الله عليه و سلم يقرأ بالليل و أنا على عريشي بمكة و هو يرفع و قد استجب بعض أهل العلم الجهر ببعضها و الإسرار ببعضها لأن السر قد يمل فيأنس بالجهر، و الجاهر قد يكل فيستريح بالاسرار إلا أن من قرأ بالليل جهر بالأكثر، و من قرأ بالنهار أسر بالأكثر إلا أن يكون بالنهار في موضع لا لغو فيه و لا صخب و لم يكن في صلاة فيرفع صوته بالقرآن.).

٧٣. شعب الايمان > التاسع عشر من شعب الإيمان هو باب في تعظـيم القرآن > فصل في الجهر بقراءة القرآن في صلاة الليل

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ أنا أبو العباس محمد بن يعقوب ثنا بحـر بن نصر ثنا ابن وهب أخبرنا معاوية بن صالح أن عبد الله بن أبـي قيس حدثه أنه:(سأل عائشة رضي الله عنها: كيف كان يقرأ رسـول الله من الليل أكان يجهر أم يسر قالت كل ذلك كان يفعل ربما جهر و ربما أسر قال: فقلت الحمد لله الذي جعل في الأمر سعة.).

٧٤. الدارقطني > كتاب الصلاة > باب وجوب قراءة بـسم الله الـرحمن الرحيم في الصلاة والجهر بها و

حدثنا أبو عبد الله عبيد الله بن عبد الصمد بن المهتدي بالله، و أبـو هريرة محمد بن علي ابن حمزة الأنطاكي، و أبو جعفر محمـد بـن الحسين بن سعيد الهمداني، و أبو عبد الله محمـد بـن علـي ابـن إسماعيل الأبلي قالوا: حدثنا أحمد بن محمد بن يحيـى بـن حمـز: (صلى بنا أمير المؤمنين المهدي المغرب، فجهر ببسم الله الـرحمن الرحيم، قال: فقلت: يا أمير المؤمنين ما هذا. فقال: حدثني أبي عـن أبيه عن جده، عن ابن عباس: أن النبي صلى الله عليه وسلم جهـر ببسم الله الرحمن الرحيم، قال: قلت: نؤثره عنك ؟ قال: نعم.).

٧٥. الدارقطني > كتاب الصلاة > باب وجوب قراءة بـسم الله الـرحمن الرحيم في الصلاة والجهر بها و

حدثنا أبو الطاهر محمد بن أحمد بن نصر و أحمد بن السندي بن الحسن، قالا: نا جعفر بن محمد الفريابي ثنا أبو أيوب سليمان بن عبد الرحمن ثنا إسماعيل بن عياش ثنا عبد الله بن عثمان بن خثيم عن إسماعيل بن عبيد بن رفاعة عن أبيه عن ج: (ـ معاوية بن أبي سفيان قدم المدينة حاجاً أو معتمراً، فصلى بالناس فلم يقرأ ببسم الله الرحمن الرحيم حين افتتح القرآن، وقرأ بأم الكتاب، فلما قضى الصلاة أتاه المهاجرون والأنصار من ناحية المسجد، فقالوا: أتركت صلاتك يا معاوية ؟ أنسيت بسم الله الرحمن الرحيم ؟ فلما صلى بهم الأخرى قرأ بسم الله الرحمن الرحيم. قال الشيخ: وروى الجهر ببسم الله الرحمن الرحيم عن النبي صلى الله عليه وسلم: جماعة من أصحابه، ومن أزواجه غير من سمينا كتابنا أحاديثهم بذلك في كتاب الجهر بها مفرداً، واقتصرنا هاهنا على ما قدمنا ذكره طلباً للاختصار والتخفيف، وكذلك ذكرنا في ذلك الموضوع أحاديث من جهر بها من أصحاب النبي صلى الله عليه وسلم والتابعين لهم والخالفين بعدهم رحمهم الله.).

٧٦. الدارقطني > كتاب الصلاة > باب ذكر قوله صلى الله عليه وسلم من كان له إمام فقراءة الإمام

حدثنا محمد بن مخلد ثنا علي بن زكريا التمار ثنا أبو موسى الأنصاري، ثنا عاصم ابن عبد العزيز عن أبي سهيل عن عون عن ابن عباس:: (عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: تكفيك قراءة الإمام خافت أو جهر،).ـ عاصم ليس بالقوي، ورفعه وهم.

٧٧. الدارقطني > كتاب الصلاة > باب وجوب قراءة أم الكتاب في الصلاة وخلف الإمام

أخبرنا ابن صاعد، ثنا عبيد الله بن سعد، ثنا عمي ثنا أبي، عن ابن إسحاق حدثني مكحول بهذا، و قال فيه:: (أني لأراكم تقرعون خلف إمامكم إذا جهر ؟ قلنا أجل و الله يا رسول الله هذا، قال: لا تفعلوا إلا بأم القرآن، فإنه لا صلاة لمن لم يقرأ بها.).

٧٨. صحيح البخاري > كتاب الاستسقاء > باب كيف حول النبي ظهره إلى الناس

حدثنا آدم قال حدثنا بن أبي ذئب عن الزهري عن عباد بن تميم عن عمه قال: (رأيت النبي صلى الله عليه وسلم يوم خرج يستسقي قال فحول إلى الناس ظهره واستقبل القبلة يدعو ثم حول رداءه ثم صلى لنا ركعتين جهر فيهما بالقراءة)رواه البخاري

٧٩. شعب الايمان > باب الحادي و العشرون من شعب الإيمان و هو باب في الصلوات > باب الحادي و العشرون من شعب الإيمان و هو باب في الصلوات

أخبرنا أبو زكريا يحيى بن إبراهيم أنا أبو الحسن أحمد بن محمد بن عبدوس ثنا عثمان بن سعيد عن ابن بكير ثنا مالك عن ابن شهاب عن عطاء بن يزيد الليثي عن عبيد الله بن عدي بن الخيار أنه حدثه: (عن رسول الله صلى الله عليه و سلم أنه بينما هو جالس بين ظهراني الناس إذ جاءه رجل فساره و لم يدر ما ساره به حتى جهر رسول الله صلى الله عليه و سلم فإذا هو يستأذنه في قتل رجل من المنافقين فقال رسول الله صلى الله عليه و سلم حين جهر أليس يشهد أن لا إله إلا الله و أن محمداً رسول الله.

قال الرجل: بلى يا رسول الله و لا شهادة له. فقال: أليس يصلي. قال: بلى و لا صلاة له. فقال رسول الله صلى الله عليه و سلم: أولئك الذين نهاني الله عنهم.قال البيهقي رضي الله عنه هكذا رواه مرسلاً و رواه معمر بن راشد عن الزهري عن عطاء عن عبيد الله بن عدي بن الخيار عن عبد الله بن عدي الأنصاري موصولاً.).

رابعا: يمكن تعريف لفظ اذاع بمعنىاذن (اى اعلن)

ولقد ورد ذكر لفظ اذن فى القران الكريم فى سورة الحج الاية (وَأَذِّن فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالاً وَعَلَى كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِن كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ) {وأَذِّن} ناد {في الناس بالحج} فنادى على جبل أبي قبيس: يا أيها الناس إن ربكم بنى بيتاً وأوجب عليكم الحج إليه فأجيبوا ربكم، والتفت بوجهه يميناً وشمالا

وشرقا وغربا، فأجابه كل من كتب له أن يحج من أصلاب الرجال وأرحام الأمهات: لبيك اللهم لبيك، وجواب الأمر {يأتوك رجالا} مشاة جمع راجل كقائم وقيام {و} ركبانا {على كل ضامر} أي بعير مهزول وهو يطلق على الذكر والأنثى {يأتين} أي الضوامر حملا على المعنى {من كل فج عميق} طريق بعيد.

المبادىء والقيم الاخلاقية للإذاعين:

يعد الإعلام التربوى أحد فروع الإعلام الذى يختص بنقل المعلومات والأفكار والقيم النقية المكتوبة أو المسموعة المرئية التى تحقق الأهداف التربوية السليمة للمجتمع من مكان أو زمان بصفة دورية.

❖ أو هو عملية نقل المعلومات النقية والمشاهد الصحيحة من مكان أو زمان لآخر لتحقيق الأهداف التربوية عن طريق الكلمة المكتوبة أو المسموعة أو المسموعة المرئية أو التخيلية أو المجسمة بصفة دورية.

هذا وتعد الإذاعة التربوية كأحد أهم فروع الإعلام التربوى وهذا المكان للإذاعة (الراديو) المرموقة بين وسائل الإعلام الأخرى فهو يتمتع بعدة مميزات فهو رخيص الثمن – سهل الاستعمال – لا يحتاج إلى تكتيك أو مهارات بالنسبة للتشغيل – كما أنه يتخطى حاجز الأمية فلا يلتزم من يستمع إليه بمستوى تعليمى معين كما أنه يخترق حاجز المكان والمسافات البعيدة فلا يحتاج إلى التقيد أمامه للاستماع إليه.

والإذاعة التربوية:

هى عملية البث الدورى المستمر للمعلومات النقية المسموعة من مكان لآخر لتحقيق الأهداف التربوية السليمة للمجتمع.

هذا ويتضح من تعريف الإذاعة التربوية بأنها عملية البث الدوري للمعلومات النقية

ونعنى بالنقاء فى الكلمة المسموعة التزام الإذاعيون بالصدق والأمانة فى تأديتهم لرسالتهم الإعلامية وذلك حرصا منهم على قدسية الرسالة الإعلامية وشرفها وتجنب الكذب فى نشر الأخبار وإذاعتها وقد ورد الصدق فى القرآن

الكريم والسنة النبوية الشريفة بصفة متعددة منها:

قال الله تعالى مبشراً للصادقين:

(هَذَا يَوْمُ يَنفَعُ الصَّادِقِينَ صِدْقُهُمْ) المائدة: ١١٩ وقال تعالى: (وَالصَّادِقِينَ وَالصَّادِقَاتِ) الأحزاب: ٣٥ ، فمدحهم وبين لهم المغفرة والأجر العظيم. وقال عمر رضى الله عنه: عليك بالصدق وإن قتلك.

وعن عائشة رضى الله عنها قالت: سألت رسول الله ρ بم يعر فالمؤمن ؟ قال: " بوقاره ولين كلامه، وصدق حديثه ".

وقيل لكل شيء حلية وحلية النطق الصدق.

كما ورد الكذب فى القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة بصور متعددة نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

قال الله تعالى فى الكاذبين: (وَلَهُم عَذَابٌ أَلِيمٌ بِمَا كَانُوا يَكْذِبُونَ) سورة البقرة: ١٠.

وقال تعالى:(وَيَوْمَ الْقِيَامَةِ تَرَى الَّذِينَ كَذَبُواْ عَلَى اللَّهِ وُجُوهُهُم مُّسْوَدَّةٌ) سورة الزمر: ٦٠ وقال رسول الله ρ: " إياكم والكذب ، فإن الكذب يهدى إلى الفجور، والفجور يهدى إلى النار. وتحروا الصدق فإن الصدق يهدى إلى البر والبر يهدى إلى الجنة."

وعن عبد الله بن عمر رضى الله عنهما قال رسول الله ρ " إذا كذب العبد كذبة تباعد الملكان عنه مسيرة ميل من نتن ما جاء به ".ويقال راوى الكذب أحد الكاذبين. ويقال: رأس المأثم الكذب وعمود الكذب البهتان.

وقيل أمران لا ينفكان من الكذب. كثرة المواعيد، وشدة الاعتذار.

وقال الحسن فى قول الله تعالى: (وَلَكُمُ الْوَيْلُ مِمَّا تَصِفُونَ) الأنبياء: ١٨. وهى لكل واصف كذب إلى يوم القيامة.

وقال تعالى: (سَمَّاعُونَ لِلْكَذِبِ أَكَّالُونَ لِلسُّحْتِ) المائدة: ٤٢.

وعن عبد الله بن السدى قال: قلت : لابن المبارك حدثنا حديثاً، قال ارجعوا، فلست أحدثكم، فقيل له: إنك لم تحلف، فقال: لو حلفت لكفرت وحدثتكم، ولكن لست أكذب، فكان هذا أحب إلينا من الحديث. وقال مجاهد يكتب على ابن آدم كل شيء حتى أتيته فى سقمه وحتى أن الصبى ليبكى

فتقول له أمه: اسكت واشترى لك كذا، ثم لا تفعل، فتكتب كذبة وقال الفضيل: ما من مضغة أحب إلى الله تعالى من اللسان إذا كان صدوقا، ولا مضغة أبغض إلى الله تعالى من اللسان إذا كان كذوبا وعن ابن مسعود رضى الله تعالى عنه مرفوعاً. " أعظم خطايا اللسان الكذوب ".

فعلى الإذاعيون أن يمتنعوا عن إذاعة الأخبار المشكوك فى صحتها أو ترويج الإشاعات المضللة وخاصة فى وقت الجهاد وكذا يجب التأكد من صدق الإخبار ودقة مصادرها وأن تمتنع عن إذاعة أى أخبار ثم يتضح أنها غير صحيحة فإن الإذاعة ملزمة بتكذيبها أو تصويرها سواء طلب منها أو لم يطلب.

وهناك عدة مبادىء يحب على الإذاعيين الالتزام بها عند إذاعة الأخبار والمعلومات من أهمها:

١- أن يتمسك الإذاعيون بتعاليم الإسلام والالتزام بتجنب نواهيه فعليهم تجنب الألفاظ النابية والعبارات السوقية والكلمات المبتذلة وقد ورد فى القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة ما يحثنا على البعد عن الغيبة والنميمة:

فالغيبة من أقبح القبائح وأكثرها انتشاراً فى الناس حتى لا يسلم منها إلا القليل من الناس وهى ذكرك الإنسان بما يكره ولو بما فيه، سواء كان فى دينه أو بدنه أو نفسه أو خلقه أو ماله أو لده أو والده أو زوجته أو خادمه أو عمامته أو ثوبه أو مشيته أو حركته أو بشاشته أو خلاعته ذلك مما يتعلق به، سواء ذكرته بلفظك، أو بكتابك أو رمزت إليه بعينك، أو يدك أو رأسك أو نحو ذلك.

وقد ورى فى صحيح مسلم وسنن أبى داود والترمذى والنسائى، عن أبى هريرة رضى الله عنه أن رسول الله ρ قال: أتدرون ما الغيبة ؟ " قالوا الله ورسوله أعلم: قال: " ذكرك أخاك بما يكره " قيل: وإن فى أخى ما أقول ؟ قال: " إن كان فيه ما تقول فقد اغتبته، وإن لم يكن فيه فقد بهته " قال الترمذى: حديث حسن صحيح.

عن عائشة رضى الله عنها قالت: قلت للنبى ρ: حسبك من صفية كذا وكذا. قال بعض الرواه، تعنى قصيرة، فقال: " لقد قلت كلمة لو مزجت بماء

البحر لمزجته أى خالطته يتغير بها طعمه وريحه لكثرة نتنها ".
وعن أنس رضى الله عنه قال:
قال رسول الله ρ: " لما عرج بى إلى السماء مررت بقوم لهم أظفار من نحاس يخمشون بها وجوههم وصدورهم، فقلت: مزن هؤلاء يا جبريل ؟ قال هؤلاء الذين يأكلون لحوم الناس ويقعون فى أعراضهم ".
وروى عن جابر رضى الله عنه عن النبى ρ أنه قال " إياكم والغيبة فإن الغيبة أشد من الزنا ط ثم قال رسول الله ρ: " إن الرجل ليزنى فيتوب، فيتوب الله عليه وإن صاحب الغيبة لم يغفر له حتى يغفر له صاحبها ".
وعن أنس رضى الله عنه: قال: من اغتاب المسلمين، وأكل لحومهم بغير حق وسعى بهم إلى السلطان جىء به يوم القيامة مزرقة عيناه، ينادى بالويل والثبور، ويعرف أهله ولا يعرفونه، وقال معاوية بن قرة: أفضل الناس عند الله أسلمهم صدراً وأقلهم غيبة.
وأوحى الله تعالى إلى موسى عليه الصلاة والسلام أن المغتاب إذا تاب فهو آخر من يدخل الجنة وإن أصر فهو أول من يدخل النار. ويقال: لا تأمن من كذب لك أن يكذب عليك، ومن اغتاب عندك غيرك، أن يغتابك عند غيرك. وقيل للحسن ابصرى رضى الله عنه: إن فلانا اغتابك فأهدى إليه طبقاً مرطب فأتاه الرجل وقال له: اغتبتك فأهديت إلى، فقال الحسن: أهديت إلى حسناتك فأردت أن أكافئك.
واعلم انه كما يحرم على المغتاب ذكر الغيبة كذلك يحرم على السامع استماعها فيجب على من يستمع إنسانا يبتدىء بغيبة أن ينهاه إن لم يخف ضررا فإن خافه وجب عليه الإنكار بقلبه ومفارقه ذلك المجلس إن تمكن من مفارقته، فإن قال بلسانه: اسكت، وقلبه يشتهى سماع ذلك قال بعض العلماء: إن ذلك نفاق. قال الله تعالى: ﴿ وَإِذَا رَأَيْتَ الَّذِينَ يَخُوضُونَ فِي آيَاتِنَا فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ حَتَّى يَخُوضُواْ فِي حَدِيثٍ غَيْرِهِ ﴾ سورة الأنعام: ٦٨.
أيضا فقد حرمت السعاية بالنميمة وذكر فى ذلك كثير من الآيات القرآنية والأحاديث النبوية الشريفة مها:
قال الله تعالى ﴿ وَلَا تُطِعْ كُلَّ حَلَّافٍ مَّهِينٍ * هَمَّازٍ مَّشَّاء بِنَمِيمٍ ﴾

سورة القلم: ١٠-١١. وحسبك بالنمام خسة ورذيلة، سقوطه وضعته، والهماز المغتاب الذى يأكل لحوم الناس، الطاعن فيهم. وقال الحسن البصرى: هو الذى يغمز بأخيه فى المجلس وهو الهمز للمزة. وقال على والحسن البصرى رضى الله عنهما: العتل الفاحش السيىء الخلق، قال ابن عباس رضى الله عنهما، العتل الفاتك الشديد المنافق وقال عبيد بن عمير: العتل الأكول الشروب القوى الشديد، يوضع فى الميزان فلا يزن شعيرة .

وروى فى صحيحى البخارى ومسلم عن حذيفة رضى الله عنه عن النبى ρ قال: " لا يدخل الجنة نمام ".

اوروى أن النبى ρ مر بقبرين فقال: " إنهما يعذبان، وما يعذبان فى كبير، أما أحدهما فكان يمشى بالنميمة، وأما الآخر فكان لا يستنزه من بوله".

وقال الإمام أبو حامد الغزالى رحمة الله تعالى عليه: النميمة إنما تطلق فى الغالب على من ينم قول الغير إلى المقول فيه كقوله: فلان يقول فيك كذا، فينبغى للإنسان أن يسكت عن كل ما رآه من أحوال الناس إلا ما فى حكايته فائدة لمسلم أو دفع معصية، وينبغى لمن حملت إليه النميمة، وقيل له: قال فيك فلان كذا أن لا يصدق من نم إليه لأن النمام فاسق، وهو مردود الخبر، وأن ينهاه عن ذلك وينصحه ويقبح فعله ويبغضه فى الله تعالى، فإن بغيض عند الله والبغض فى الله واجب، وأن لا يظن بالمنقول عنه السوء، لقول الله تعالى: ﴿ اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ ﴾ سورة الحجرات: ١٢.

وروى أن النبى ρ قال " ألا أخبركم بشراركم ؟ " قالوا: بلى يا رسول الله قال: " شراركم المشاءون بالنميمة، المفسدون بين الأحبة الباغون العيوب ".

وروى عن ابو هريرة رضى الله عنه أن النبى ρ قال: " ملعون ذو الوجهين ملعون ذو اللسانين ملعون كل شغاز، ملعون كل قتات، ملعون كل نمام، ملعون كل منان " والشغاز: المحرش بين الناس يلقى بينهم العداوة، والقتات: النمام، والمنان: الذى يعمل الخير ويمن به.

وروى فى كتاب أبى داود الترمذى عن ابن مسعود رضـــى الله عنـــه قال: قال رسول الله ρ: " لا يبلغنى أحد من أصحابى عن أحد شيئا فـــإنى أحب أن أخرج إليكم وأنا سليم الصدر ". ومن الناس من يتلون ألواناً ويكون بوجهين ولسانين، فيأتي هؤلاء بوجه، وذو الوجهين لا يكون عند الله وجيها.

٢- كذلك يجب تجنب ما من شأنه أن يمس الآداب العامة والوقار أو تخدش الحياء سواء بالقول أو بالفعل. وقد ورد الحياء فـــى القـــرآن الكـــريم والسنة النبوية الشريفة كما يلى:

قالت عائشة رضى الله عنها: مكارم الأخلاق عشرة: صـــدق الحـــديث، وصدق اللسان وأداء الأمانة وصـــلة الـــرحم والمكافـــأة بالـــصنيع، وبـــذل المعروف، وحفظ الذمام للجار، وحفظ الذمام للصاحب وقرى الضيف رأسهن الحياء .

وقال رسول الله ρ: " الحياء شعبة من الإيمان ". وقال رسول الله ρ: " إن مما أدرك الناس من كلام النبوة الأولى: إذا لم تستح فأصنع ما شئت ".

وقال على بن أبى طالب كرم الله وجهه: من كسا بالحياء ثوبه لـــم يـــر الناس عيبه.

وعن زيد بن على عن آبائه يرفعونه: " من لم يستح فهو كافر ".

وقال أبو موسى الاشعرى رضى الله عنه: إنى لأدخل البيـــت المظلـــم أغتسل فيه من الجنابة فأحنى فيه صلبى حياء من ربى.

٣- كذلك الإعراض عن السخرية أو اللمز والتنابذ والطعن لـــشخص والقذف والتجريح والسب والمهاترات وذلك فى قوله تعالى "(لا يَسْخَرْ قَومٌ مِّن قَوْمٍ عَسَى أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلا نِسَاء مِّن نِّسَاء عَسَى أَن يَكُنَّ خَيْـــرًا مِّنْهُنَّ وَلا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلا تَنَابَزُوا بِالأَلْقَابِ بِئْسَ الاِسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الايمان) سورة الحجرات: ١١. كذلك فلا يجوز إيذاء شعور ذوى العاهات البدنيـــة أو العقلية أو تحقير مهنة مشروعة.

٤- كذلك على الإذاعيين التأكيد على القيم الدينية والأخلاقية التى يقوم عليها المجتمع المصرى فلا يجوز عليهم إذاعة ما يـــؤدى إلـــى الانحـــلال الخلقى سواء بالقول أو بالفعل وقد ورد فى القرآن الكريم والسنة النبوية ما

يحث على ذلك قال الله تعالى لنبيه ρ: (وَإِنَّكَ لَعَلى خُلُقٍ عَظِيمٍ) سـورة القلم: ٤.

فخص الله تعالى نبيه ρ من كريم الطباع ومحاسـن الأخـلاق، مـن الحياء والكرم والصفح وحسن العهد بما لم يؤته غيره، ثم ما أثنى الله تعالى بشيء من فضائله بمثل ما أثنى عليه بحسن الخلق فقال تعالى: (وَإِنَّكَ لَعَلى خُلُقٍ عَظِيمٍ).

قالت عائشة رضى الله عنها: " كان خلقه القـرآن، يغـضب لغـضبه ويرضى لرضاه. وكان الحسن رضى الله عنه إذا ذكر رسول الله ρ قـال: أكرم ولد آدم على الله عز وجل أعظم الأنبياء عليهم الصلاة والسلام منزلة عند الله: أتى بمفاتيح الدنيا فاختار ما عند الله تعالى، وكـان يأكـل علـى الأرض ويجلس على الأرض ويقول " إنما أنا عبد أكل كمـا يأكـل العبـد وأجلس كما يجلس العبد " ولا يأكل متكئاً ولا على خوان.

وقالت عائشة رضى الله عنها: ما ضرب رسول الله امـرأة قـط ولا خادماً له، ولا ضرب بيده شيئاً إلا أن يجاهد فى سبيل الله ولا خيـر بـين أمرين إلا أختار أيسرهما إلا أن يكون إثما أو قطيعة رحم فيكون أبعد الناس منه.

وقال إبراهيم بن عباس لو وزنت كلمة رسول الله ρ بمحاسن النـاس لرجحت، وهى قوله عليه الصلاة والسلام: " إنكم لن تسعوا الناس بـأموالكم فسعوهم بأخلاقكم ".

وفى رواية أخرى " فسعوهم ببسط الوجه والخلق الحسن ".

وعنه ρ " حسن الخلق زمام رحمة الله تعالى فى أنف صاحبه، والزمام بيد الملك، والملك يجره إلى الخير والخير يجره إلى الجنة، وسـوء الخلـق ومام من عذاب الله تعالى فى أنف صاحبه، والزمام بيد الشيطان، والشيطان يجره إلى الشر، والشر يجره إلى النار.

وعن عائشة رضى الله تعالى عنها قالت: كان رسول الله ρ إذا بلغـه عن الرجل شيء لم يقل: ما بال فلان، ولكن يقول: " ما بال أقوام يقولون " حتى لا يفضح أحد وعنه ρ : " ما شيء فى الميزان أثقل من حسن الخلق".

وعنه أيضا ρ قال: " ثلاث من كن فيه كن له، من صدق لسانه زكا عمله، ومن حسنت نيته زيد فى رزقه، ومن حسن بره لأهله زيد له فى عمره "، ثم قال " وحسن الخلق وكف الأذى يزيدان فى الرزق. وقيل سوء الخلق يعدى لأنه يدعو إلى أن يقابل بمثله.

وكتب الحسن بن على إلى أخيه الحسين رضى الله عنهم فى إعطائه الشعراء فكتب إليه الحسين أنت أعلم منى بأن خير المال ما وقى به العرض. فانظر إلى شرف أدبه، وحسن خلقه كيف ابتدأ كتابه سمعت جدى رسول الله ρ يقول: " أيما اثنين جرى بينهما كلام، فطلب أحدهما رضا الآخر كان سابقه إلى الجنة " وأنا اكره أن أسبق أخى الأكبر إلى الجنة.

٥- أن يضع الإذاعيون نصب أعينهم خدمة الأمة الإسلامية كوحدة متكاملة دون التفرقة بينهم بسبب اللون أو الجنس أو العقيدة أو الطبقة وذلك وفقا لقوله تعالى (إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ) سورة الحجرات: ١٠.

كذلك (وَإِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً) سورة المؤمنون: ٥٢ ،(لَكُمْ دِينُكُمْ وَلِيَ دِينِ) سورة الكافرون: ٦.

٦- كذلك عليهم الالتزام والمحافظة على سلامة اللغة العربية لغة القرآن وبلاغتها وصيانتها فهى لغة البيان والبلاغة، وقد رود البيان والبلاغة فى القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة كما يلى:

أما البيان فقد قال الله تعالى: (الرَّحْمَنُ (١) عَلَّمَ الْقُرْآنَ (٢) خَلَقَ الإِنسَانَ (٣) عَلَّمَهُ الْبَيَانَ (٤))، وقال ρ " إن من البيان لسحراً " قال ابن المعتز: البيان ترجمان القلوب وصيقل العقول.

وأما حده فقد قال الجاحظ: البيان اسم جامع لكل ما كشف لك عن المعنى.

أما البلاغة فإنها من حيث اللغة هى أن يقال: بلغت المكان إذا أشرفت عليه وإن لم تدخله قال الله تعالى (فَإِذَا بَلَغْنَ أَجَلَهُنَّ فَأَمْسِكُوهُنَّ بِمَعْرُوفٍ) سورة الطلاق: ٢ وقال بعض المفسرين فى قوله تعالى (أَمْ لَكُمْ أَيْمَانٌ عَلَيْنَا بَالِغَةٌ) سورة القلم: ٣٩. أى وثيقة كأنها قد بلغت النهاية.

وقال اليونانى: البلاغة وضوح الدلالة، وانتهاز الفرصة، وحسن

الإشارة.

وقال الهندى: البلاغة تصحيح الأقسام، واختيار الكلام.

وقال الكندى: يجب للبليغ أن يكون قليل اللفظ، كثير المعانى.

وقيل: إن معاوية سأل عمرو بن العاص: من أبلغ الناس ؟ فقال أقلهم لفظا، وأسهلهم معنى وأحسنهم بديهة. ولو لم يكن فى ذلك الفخر الكامل لما خص به سيد العرب والعجم ρ، وافتخر به حيث يقول: " نُصِرت بالرعب وأوتيت جوامع الكلم ". وذلك أنه كان عليه الصلاة والسلام يتلفظ باللفظ اليسير الدال على المعانى الكثيرة.

وقيل ثلاثة تدل على عقول أصحابها، الرسول على عقل المُرْسِل، والهدية على عقل المهدى، والكتاب على عقل الكاتب.

وقال أبو عبد الله وزير المهدى: البلاغة ما فهمته العامة، ورضيت به الخاصة. وقال البحترى: خير الكلام ما قل وجل ودل ولم يُمل. وقالوا: البلاغة ميدان لا يقطع إلا بسوابق الأذهان، ولا يسلك إلا ببصائر البيان.

قال الإمام فخر الدين الرازى رحمه الله تعالى عليه: اعلم أن الفصاحة خلوص الكلام من التعقيد، وأصلها من قولهم اللبن: إذا عنه الرغوة. وأكثر البلغاء لا يكادون يفرقون بين البلاغة والفصاحة، بل يستعملونها استعمال الشيئيين المترادفين على معنى واحدة فى تسوية الحكم بينهما ويزعم بعضهم أن البلاغة فى المعانى، والفصاحة فى الألفاظ، ويستدل بقولهم: معنى بليغ، ولفظ فصيح.

وقد اختلف الناس فى الفصاحة، فمنهم من قال: إنها راجعة إلى الألفاظ دون المعانى، ومنهم من قال: إنها لا تخص الألفاظ وحدها.

وسمع النبى ρ من عمه العباس كلاماً فصيحاً فقال: " بارك الله لك يا عم فى جمالك " أى فصاحتك. وعرضت على المتوكل جارية شاعرة، فقال أبو العيناء يستجيزها: أحمد الله كثيراً فقالت: حيث أنشأك ضريراً فقال: يأمير المؤمنين قد أحسنت فى إساءتها فاشترها.

٧- كما لا يجوز على الإذاعيينن إذاعة ما يمس بالسياسة العليا للدولة أو بالأهداف التى تقوم عليها هذه السياسة كما لا يجوز إذاعة ما من شأنه

الهجوم على رجال السلطة العامة بسبب أدائهم لوظائفهم، وقد ورد فى القرآن والسنة النبوية الشريفة ما من شأنه يحث على طاعة أولى الأمر:

أمر الله تعالى بذلك فى كتابه العزيز على لسان نبيه الكريم فقال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُواْ أَطِيعُواْ اللّهَ وَأَطِيعُواْ الرَّسُولَ وَأُوْلِي الأَمْـرِ مِـنكُمْ) النساء: ٥٩.

وروينا فى صحيح البخارى عن جابر بن عبد الله الأنصارى رضى الله عنهما قال: بايعت رسول الله ρ على: شهادة أن لا إله إلا الله، وأن محمـداً رسول الله، وإيتاء الزكاة والسمع والطاعة، والنصح لكل مسلم.

وعن أبى هريرة رضى الله عنه عن النبى ρ قال: " من أطاعنى فقـد أطاع الله، ومن عصانى فقد عصى الله، ومن أطاع أمرى فقد اطاعنى، ومن عصى أمرى فقد عصانى. وقد ورد فى الأحاديث الصحيحة أن النبى ρ أمر بالسمع والطاعة لولى الأمر، ومناصحته ومحبته والدعاء له.

٨- كما لا يجوز إذاعة ما يجيز تعاطى المخدرات أو الاتجار فيهـا أو المحرمات الأخرى كالخمر ولميسر كعلاج لحل ما يواجـه الإنـسان مـن مشكلات وأزمات، فلقد حرمت الخمر وقد جاء فى ذلك العديد مـن الآيـات القرآنية والأحاديث النبوية التى تحرمها وتنهى عنها:

فقد أنزل الله تعالى فى الخمر ثلاث آيـات: الأولـى قولـه تعـالى (يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّـاسِ) البقـرة: ٢١٩. فكان من المسلمين من شارب، ومن تارك إلى أن شرب رجل، فدخل فى الصلاة فهجر، فنزل قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لا تَقْرَبُوا الصَّلاةَ وَأَنْتُمْ سُكَارَى حَتَّى تَعْلَمُوا مَا تَقُولُونَ) النساء: ٤٣.

رسول الله ρ فخرج مغضباً يجر رداءه، فرفع شيئاً فى يده فضربه به، فقال: أعوذ بالله من غضبه وغضب رسوله، فأنزل الله تعالى: (إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمْ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِـي الْخَمْـرِ وَالْمَيْـسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنْ الصَّلاةِ فَهَلْ أَنْتُمْمُنتَهُـونَ (٩١)) المائـدة: ٩١. فقال عمر رضى الله عنه انتهينا انتهينا.

ومن الأخبار المتفق عليها فى تحريمها قول سيدنا رسـول الله ρ: "

لا يدخل الجنة مدمن خمر " وقوله ρ " أول ما نهانى ربى بعد عبادة الأوثان عن شرب الخمر وملاحاة الرجال " وممن تركها فى الجاهلية عبد الله بن جدعان، وكان جوادا من سادات قريش، وذلك أنه شرب مع أمية بن أبى الصلت الثقفى، فضربه على عينه، فأصبحت عين أمية مخضرة فخاف عليها الذهاب فقال له عبد الله: ما بال عينك ؟ فسكت. فألح عليه، فقال: الست ضاربها بالأمس ؟ فقال: أو بلغ منى الشراب ما أبلغ معه إلى هذا ؟ لا أشربها بعد اليوم. ثم دفع له عشرة آلاف درهم، وقال: الخمر على حرام لا أذوقها بعد اليوم أبداً.

٩- لا يجوز إذاعة ما من شأنه المساس بهيئات القضاء والدفاع والأمن ورجال الدين. فقد ذكر فى القرآن الكريم والسنة النبوية ما يحث على القضاء وأحوالهم وما يجب علينا نحوهم:

قال الله تعالى: (يَا دَاوُودُ إِنَّا جَعَلْنَاكَ خَلِيفَةً فِي الأَرْضِ فَاحْكُمْ بَيْنَ النَّاسِ بِالْحَقِّ وَلا تَتَّبِعْ الْهَوَى فَيُضِلَّكَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ إِنَّ الَّذِينَ يَضِلُّونَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ لَهُمْ عَذَابٌ شَدِيدٌ بِمَا نَسُوا يَوْمَ الْحِسَابِ (٢٦)) ص: ٢٦.وقال تعالى: (فَاحْكُمْ بَيْنَنَا بِالْحَقِّ وَلا تُشْطِطْ) ص: ٢٢ وقال تعالى: (وَمَنْ لَمْ يَحْكُمْ بِمَا أَنزَلَ اللَّهُ فَأُوْلَئِكَ هُمْ الْفَاسِقُونَ (٤٧)) المائدة: ٤٧ . وقال رسول الله ρ " من حكم بين اثنين تحاكما إليه وارتضياه، فلم يقض بينهما بالحق، فعليه لعنة الله "

عن أبى أوفى عن النبى ρ أنه قال: " إن الله مع القاضى ما لم يجر، فإذا جار برىء الله منه ولزمه الشيطان ".

وعن أنس رضى الله عنه عن النبى ρ " القضاة جسور للناس يمرون على ظهورهم يوم القيامة ".

الـــــــفـــصـل الـثـالـث

تـــــــــــا ريـــــخ
ا لإ ذ ا عــــــــــــــــــــــــة

- مرحلة الإذاعة الأهلية من (١٩٢٥ – ١٩٣٤)
- مرحلة الإذاعة في عهد شركة ماركوني (١٩٣٤ – ١٩٤٧)
- مرحلة تمصير الإذاعة من (١٩١٧ – ١٩٥٢)
- مرحلة الإذاعة في عهد الثورة (١٩٥٢ – ١٩٨٠)
- مرحلة الشبكات الإذاعية والسيادة الإعلاميـــة (١٩٨٠ – حتـــي الآن " عصر الإعلام بلا حدود ")

تـاريـخ الإذاعـة في مـصـر وتـطـورهـا :

مقدمـــــــة :

يمكن تقسيم نشأة الإذاعة في مصر إلي عدة مراحـــل حتـــي يتيـــسر

دراستها ومعرفتها معرفة دقيقة وذلك حتي لا تطغي دراسة مرحلة علي حساب مرحلة أخري وهذه المراحل يمكن تناولها كما يلي :

١- مرحلة الإذاعات الأهلية من (١٩٢٥ – ١٩٣٤).
٢- مرحلة الإذاعة في عهد شركة ماركوني (١٩٣٤ – ١٩٤٧).
٣- مرحة تمصير الإذاعة من (١٩٤٧ – ١٩٥٢).
٤- مرحلة الإذاعة في عهد الثورة (١٩٥٢ – ١٩٨٠).
٥- مرحلة الشبكات الإذاعية والسيادة الإعلامية من ١٩٨٠ حتي الآن (عصر الإعلام بلا حدود).

وفيما يلي نتناول كل مرحلة من هذه المراحل بالتفصيل :

أولا : مرحلة الإذاعة الأهلية : (المحطات الأهلية)

١- نشأة المحطات الأهلية من ١٩٢٥ – ١٩٣٤ :

انتشر استعمال اللاسلكي في العالم بدء في تنظيم استعماله من أوائل القرن العشرين وعقدت اتفاقيتان دوليتان في لندن بتاريخ ٥ يوليو ١٩١٢ وواشنطن في نوفمبر ١٩٢٧ لتنظيم استعمال اللاسلكي وأجهزة الموجات الأثيرية وقد اشتركت مصرفي هاتين الاتفاقيتين وصدر عقب كل اتفاقية مرسوم بتنظيم استعمال اللاسلكي في مصر بما يتفق ونصوص كل اتفاقية. وقد نشأت الإذاعة في مصر في منتصف العشرينات من القرن العشرين وذلك عن طريق بعض هوال اللاسلكي ويرجع الفضل الأول في قيام أول محطة إرسال في القاهرة عندما تلقي أحمد صادق الجواهرجي من صديق ألماني يدرس اللاسلكي محطة إرسال كهدية له ولكنها لم تبدأ الإرسال الإذاعي لعدم وجود أجهزة استقبال في مصر في ذلك الوقت وعندما عرفت أجهزة الاستقبال في مصر بعد ذلك أعاد صاحبها تشغيلها في ذلك الوقت تحت اسم (راديو القاهرة).

وقد عرفت مصر المحطات الخاصة بالراديو علي شكل محطات أهلية تجارية إلا أنها كانت ضعيفة في قوة إرسالها وفي مدي انتشارها وفي تحويلها وفي مستواها الفني والأخلاقي أيضا فضلا عن استعمالها في ترويج

المخدرات وتهريبها عن طريق الغاني وهذه المحطات الأهلية لم يكن لها هدف قومي للصالح العام وإنما كان هدفها وكل ما يعينها هو الكسب المادي فقط فكانت تقوم بعمل دعاية للتجارة بقصد ترويج بضاعتهم والإعلان عنها.

وقد استمر الحال علي هذا المنوال إلي أن اشتد ساعد المنافسة بين هذه المحطات مما أدي إلي المغالاة في الأسعار وزيادة المضاربات فقررت الحكومة إنهائها نهائيا في عام ١٩٣١.

أشهر وأهم المحطات الأهلية في ذلك الوقت :

من أمثلة المحطات الأهلية المنتشرة في مصر في ذلك الوقت (راديو فاروق – راديو سابو – راديو وادي الملوك – راديو الأميرة فوزية – راديو أبو الهول – راديو فيولا – راديو فؤاد – راديو فريد – راديو مصر الحرة – راديو القاهرة – راديو مصر – راديو رمسيس – راديو الأميرة فاطمة – راديو وهبي – راديو لويس – راديو أمير الصعيد).

خصائص المحطات الأهلية :

يمكن تحديد خصائص المحطات الأهلية علي النحو التالي :

١- كانت معظم المحطات الأهلية تتركز في مدينتي : القاهرة والإسكندرية التي كانت توجد بها محطة لويس – ومحطة فريد ومحطة ماجستيك وراديو فويس.

٢- كانت معظم المحطات الأهلية تذيع باللغة العربية بينما كانت بعض المحطات الأخري تذيع بلغات أجنبية.

٣- كان معظم أصحاب تلك المحطات من التجار الذين يرغبون في ترويج بضاعتهم بصفة عامة " وتجار أجهزة الراديو بصفة خاصة الذين أقاموا المحطات الإذاعية للترويج لتجارتهم ولتحقيق الربح المادي عن طريق الإعلانات التجارية مثل راديو فؤاد.

٤- كانت أغلب هذه المحطات شركات بين عدد من الأفراد مثل : محطة راديو مصر الجديدة – ومحطة راديو هليوبوليس – ومحطة راديو مصر التي أعلن في إحدى الصحف أنها سوف تفتتح بفضل جهود

وأموال جماعة من كرام المصريين.

٥- كان معظم أصحاب هذه المحطات غير مؤهلين فنياً للقيام بهذا العمــل فيما عدا قلة مثل المهندس حبشي جرجس الذي درس فنون اللاســلكي بالخارج ومسيو سكاميري – المالطي وطنا والمصري نشأة – صاحب محطة وادي الملوك.

٦- كانت معظم هذه المحطات ضعيفة الإرسال ولا تغطي أكثر من الحــي الذي تذيع فيه فيما عدا بعض المحطات مثل محطة وادي الملوك التي كانت تسمع بغاية الوضوح والجلاء في فلــسطين ومحطـــة راديــو القاهرة التي كانت تسمع بغاية الوضوح في الإسكندرية وأسيوط.

٧- كانت معظم المحطات الأهلية مقامة في غرفة أو شقة غــي عمــارة علي الأكثر فمثلا قد بدأت المحطة التي أنشأها حبشي جــرجس فــي حجرة بمنزل مدير المطبوعات بحدائق القبة.

٨- ومما يذكر أن الأجهزة المستخدمة في الإذاعة كانت محدودة فيــصف محرم أحمد أحد كبار مذيعي هذه المرحلة – غرفة الإذاعــة بأنهــا " غرفة الإذاعة اللاسلكية والميكرفون ويضع كراسي محترمة.

٩- كانت تتعرف معظم المحطات الأهلية علي رغبات مسمعيها حيث تبين أن وسائلها في ذلك هي الخطابات والتليفونات.

وعـــــمــــومـــــا :

توقفت هذه المحطات الأهلية عن الإرسال في ٢٩ مايو ١٩٣٤ لتترك مكانها للمحطة الحكومية التي بدأ إرسالها بعد ذلك بيومين وأهم مــا يميــز مرحلة المحطات الأهلية هي أنها مماثلة للنظام الإذاعي التجاري أو الإذاعة كمشروع خاص مثل الذي بدأت به معظم الأنظمة الإذاعية في أوربا وأمريكا حيث يقتصر أسلوب السيطرة الحكومية علي منح التراخيص وتمويل الإذاعة من الإعلانات فقط.

المحتوي الإذاعي في المحطات الأهلية :

كانت ساعات إرسال معظم المحطات الأهلية في المتوسط من ٢إلي ٤ ساعات يوميا سواء علي فترة واحدة أو علي فتــرتين وإن كانــت بعــض

المحطات التي تذيع في السابعة صباحاً حتي العاشرة مساءاً في بعض الأحيان وكان الجزء الأكبر من المضمون الإذاعي الذي تقدمه معظم المحطات الأهلية ترفيهياً وكان معظم المادة الكلامية التي تذيعها هذه المحطات التي تخرج عن مهاترات وأغاني مبتذلة مما دفع الجمهور إلي الشكوي من بعض المواد المذاعة بل وصل الحد بهذه المحطات الأهلية أنها كانت تتبادل الشتائم بعضها مع بعض بأفظع الألفاظ وكانت تكذب بعضها البعض الأخر حتي وصف مضمونها بالسرطان.

أهم الوظائف التي أدتها المحطات الأهلية :

١- وظيفة الأخبار :

عرفت المحطات الأهلية هذه الوظيفة حيث أذاعت الأخبار والحوادث المنشورة في الصحف وكذلك أخبار الوفيات.

٢-وظيفة التوجيه والإرشاد

لقد عرفت المحطات الأهلية هذه الوظيفة وأتبعت عدة وسائل لتحقيق هذه الوظيفة مثل :

- إذاعة المقالات المنشورة في الصحف.
- الأحاديث الإذاعية التي ألقاها كبار العلماء والفلاسفة والصحفيين في هذه المحطات مثل حافظ محمود، محمد لطفي جمعة، حسين شفيق، عمرو عثمان ، محمود عبد اللطيف والتي كانت تتناول أحاديثهم في مختلف المجالات.
- المساجلات حول بعض القضايا ومن هذه المساجلات إن محطتين قد اتفقتا علي تنظيم مناظرة عن دور المرأة في المجتمع.

٣- وظيفة التسلية :

كان معظم المضمون الإذاعي ترفيهيا يعتمد علي الأغنية والتمثيلية ومما يذكر أن إحدى الأغنيات وكانت أغنية أمتي الهوي لأم كلثوم أذيعت مائة مرة في يوم واحد ومن المطربين الذين عرفتهم الإذاعات الأهلية بالإضافة إلي أم كلثوم محمود صبح، محمد عبد الوهاب، عبد الغني السيد،

نجاة علي، أسمهان، فريد الأطرش وكانت بعض المحطــات الأهليــة تقــيم حفلات غنائية بواسطة بعض المطربين وفرقهم الموســيقية كمــا إذاعــات المحطات الإذاعية بعض التمثيليات ومن الممثلين الذين عرفتهم المحطــات الأهلية فتوح نشاطي، أنور وجدي.

٤-وظيفة الإعلان :

كانت الإذاعات الأهلية إذاعات تجارية وكان الإعلان هدفا رئيسا لها وقدمت الإعلانات التي كان معظمها ساذجا ضمن برامجها علــي أن هــذه الإعلانات كانت ذات طابع خطابي مباشر كما كان بعض هــذه الإعلانــات يذاع علي الهواء مباشرة.

مصادر تمويل المحطات الأهلية :

كانت مصادر تمويل المحطات الأهلية ما يلي :

١- الإعلان : كان الإعلان أهم مصادر تمويل محطات الإذاعات.

٢- اشتراكات المستمعين : تحددت اشتراكات المستمعين في عشرة قروش لمدة شهر تذيع المحطة خلاله ما يطلبه المستمع في أغاني مسجلة علي الاسطوانات وما يطلبه من بيانات ونداءات فلقد كانت الإذاعة تقطــع برامجها لتعلن بيانا ترجوا فيه من السيد فلان الفلاني أن يتوجه إلــي بيته لأمر هام ولا داعي للاذعاج فقد حضر إلي بيته ضيوف أعزاء.

- تقدم الشركة للحكومة خلال مدة العمل بهذا الاتفاق جميع المساعدات الفنية وتسمح لها بلا مقابل ومن أجل الإذاعة فقط باســتخدام كافــة اختراعــات ماركوني الخاصة الحالية والمستقبلة التي قد تحتاج لها الحكومة فــي هــذا الشأن.

- لا يجوز للشركة أن تتنازل أو تبيع أو تتصرف فيما لهــا مــن الحقــوق بمقتضي هذه الاتفاقية دون موافقة الحكومة كتابة علي ذلك.

- تتعهد الشركة بأن تعوض الحكومة أو أي موظف حكــومي عــن جميــع القضايا والمصاريف والإجراءات والمطالبات المقدمة من أي هيئة أو شخص أو أشخاص (بما في ذلك موظفوا الشركة وعمالها) عن أي ضرر أو خسارة أو إصابة تلحق به أو بهم من جراء أي عمل من أعمال الشركة المرتبطــة

بالإذاعة.

يعمل بهذا الاتفاق لمدة تنتهي في ٣١ ديسمبر ١٩٤٩ وعند انتهاء هذه المدة تسلم الشركة للحكومة محطات الإذاعة والاستوديوهات وجميع الأجهزة التي اشترتها الحكومة بمقتضي المادة ٦ وما تكون قد اشترته قبل تاريخ التسليم كاملة وصالحة للعمل بحالة جيدة ويجوز مد هذا الاتفاق قبل آخر المدة بسنة.

❖ تحول الإذاعة إلي إدارة بوزارة الشئون الاجتماعية :

ظلت وزارة المواصلات ت تشرف علي الإذاعة حتي إنشاء وزارة الشئون الاجتماعية في ٢٠ أغسطس ١٩٣٩ وأصبحت الإذاعة اللاسلكية إحدى إداراتها.

❖ الإذاعة تابعة لوزارة الداخلية :

أصدر مجلس الوزارة برئاسة مصطفي النحاس قرارا في ١٩ إبريل ١٩٤٣ بإخضاع الإذاعة لإشراف وزارة الداخلية نظرا لما للإذاعة اللاسلكية من اتصال بمسائل الأمن العام أثناء الحرب وفي ٢١ اكتوبر ١٩٤٢ شكل مجلس أعلي للإشراف علي الإذاعة وعاد الإشراف علي الإذاعة بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية إلي وزارة الشئون الاجتماعية وألغي المجلس الأعلى المشكل للإشراف علي الإذاعة بعد موافقة مجلس الوزارة علي ذلك في جلسة يوم ٢٢ اكتوبر ١٩٤٥ علي أن يبقي لوزارة المواصلات اختصاصها المتمثل في الإشراف علي صيانة أجهزة المحطة وإدارتها من الناحية الفنية وتحصيل رسوم الرخص والتفتيش عليها.

المحتوي الإذاعي في هذه المرحلة :

١- المحطات الإذاعية في هذه المرحلة :

كانت هناك محطتان إذاعيتان في هذه المرحلة هما البرنامج الرئيسي والبرنامج الأوربي المحلي وفيما يلي تعريف موجز بهما :

• البرنامج الرئيسي :

بلغ متوسط ساعات إرساله اليومي باللغة العربية ١٤ ساعة تذاع علي ثلاث فترات هي : من الساعة السادسة إلي الساعة العاشرة صباحا، ومن الساعة الثانية عشر إلي الساعة الثالثة ظهراً، ومن الساعة الرابعة إلي

الساعة الحادية عشرة مساء.

• البرنامج الأوربي المحلي :

ويقدم موردا ترفيهية وإعلامية للأجانب المقيمين بالقاهرة والإسكندرية لمدة أربع ساعات يوميا باللغتين الإنجليزية والفرنسية.

وكان يغلب علي المضمون الإذاعي في البرنامجين الترفيه وشكا كثير من القراء أن محطة الإذاعة اللاسلكية أذاعت عليهم اسطوانات منحدرة في مستواها الفني والأخلاقي لكن جدت عوامل دفعت بالمضمون الإذاعي إلي الارتقاع في هذه المرحلة عن المضمون الإذاعي في مرحلة الإذاعات الأهلية وهي :

١- استقلال الإذاعة وبعدها عن التيارات الحكومية أو الضغوط الجانبية.

٢- تكوين المجلس الأعلى للإذاعة والذي وكل إليه أمر الإشراف علي البرامج وأقرارها ولا سيما أنه كان علي رأس هذا المجلس الدكتور علي إبراهيم.

٣- الوعي والإدراك وعمق البصيرة التي تميز بها النفر القليل الذين تولوا مسئولية الإذاعة في هذه المرحلة.

ثانيا : أهم الوظائف التي أدتها الإذاعة في هذه المرحلة :

١- الوظيفة الإخبارية :

لم يتضمن العقد المبرم بين الحكومة المصرية وشركة ماركوني أية إشارة إلي مهمة الإذاعة الإخبارية بل قصر مهمتها علي التعليم والترفيه وهناك عوامل يحتمل أن تكون وراء إغفال المهمة الإخبارية للإذاعة منها :

- خشية الصحف من منافسة الإذاعة لها في هذا المجال " وحتي لا تدخل شركة ماركوني منازعات مع الصحف أغفلت النص علي المهمة الرئيسية للإذاعة.
- أن الإدارة الاستعمارية الإنجليزية للشركة كانت تخشي من المهمة الإخبارية للإذاعة.
- لما وجدته الإذاعة من هجوم متواصل من الصحافة التي قابلتها بكثير من

القلق والفتور.

- إلا أنه علي الرغم من ذلك فقد أدركت الإذاعة جزءا من وظيفتها الإعلامية حينما أذاعت أول نشرة أخبار في الساعة السادسة مساء يوم ٣ يونيو ١٩٣٤ تحت عنوان " أخبار متنوعة وإعلانات ".
- ثم أصبحت الإذاعة تذيع بعد ذلك ثلاث نشرات يومياً ثمانية عشر يوماً من بدء إرسالها.
- كانت الأخبار تذاع بصفة منتظمة مرتين في اليوم الأولي الساعة ١٤,٣٠ والثانية الساعة ٢,٣٠ باللغة العربية فضلا عن نشرتين أخريين في البرنامج الأوربي المحلي باللغتين الإنجليزية والفرنسية.

ودعمت الحرب العالمية الثانية الوظيفة الإعلامية للإذاعة وبدأت ذلك بإنشاء " غرفة الأخبار " في الإذاعة برئاسة صحفية بريطانية ايرلندية الأصل – مسزهاويت – ولها مساعدان وبلقب مترجم : أحدهما عبد الحميد الحديدي وأرملة فرنسية لأحد المحامين المصريين.

وأصدرت الإدارة الإنجليزية للإذاعة قراراً في سبتمبر ١٩٣٩ ينظم مواعيد نشرات الأخبار في الإذاعة لمواجهة أخبار الحرب العالمية الثانية.

كما قدمت الإذاعة للجماهير محللين للأخبار من طراز الدكتور طه حسين وعباس العقاد وفؤاد صروف وغيرهم.

❖ وعموماً:

وكانت إدارة الإذاعة في عهد ماركوني مقيدة للأجانب وكان المسئول الأول عن إدارة الإذاعة طوال هذه الفترة مسترا أ.س ديلاني A.S.Delany وعاونه في الإدارة كل من :

مستر فيرجسون Mr.Furgson

البروفسير فيونس Prof.Furnes

مستر ريتشارد Mr, W.J.Richards

وكان يشغل منصب السكرتير العام مستر ف.ج استيورات Mr,F.G. STEWART

٢- وظيفة التوجيه والإرشاد :

كان للوعي والإدراك وعمق البصيرة التي تميز بها الـرواد الـذين ساهموا في مسئوليات الإذاعة في هذه المرحلة الأثر الكبير في تأدية الإذاعة لوظيفتها الإرشادية فلقد كان دور الإذاعة الهام عند ظهورها هو رسم وتقرير القيم الأخلاقية للشخصية المصرية في كافة النواحي الاقتصادية والـسياسية والاجتماعية حيث كان يتجاذب مصر في ذلك الوقت تيارات متباينة وبعضها يدعو إلي الرجوع إلي الدين والمجتمع الإسلامي بكـل قيمـه وأخلاقياتـه وبعضها يدعو إلي الرجوع إلي الحضارة المصرية القديمة وبعضها يـدعو إلي نبذ كل هذه الدعوات والأخذ بأساليب الحضارة الغربية.

وكان علي الإذاعة أن تقرر النهج الذي سوف تسير عليه مـن هـذه التيارات المتجانبة ومن حسن حظ الإذاعة أن العناصر المصرية التي تولت أمرها في هذه الفترة رغم الإدارة الإنجليزية التي وكلتها الحكومة عنهـا – استطاعت أن تترسم " الخط السليم " وكان للأحاديث الإذاعية لطـه حـسين وعباس العقاد وفكري أباظة وأحمد أمين وعبد العزيز البشري– الذي ألقـي أول حديث إذاعي يوم ٢ يوليو ١٩٣٤ – الدور الهام في توجيه الرأي العام.

٣– الوظيفة الترفيهية :

أحدثت الإذاعة في المجتمع المصري بصفة خاصة والمجتمع العربـي بصفة عامة أثرا عميقا تمثل في جدية النهج ونـشر العلـم والفكـر وبنـاء الشخصية المصرية والاعتزاز بها حتي أن فنون الغناء – كما يقول محمـد فتحي والتي كانت قبل ظهور الإذاعة الرسمية وفي بدايتها – قد وصلت إلي درجة من الإسفاف والابتذال ارتفعت بسرعة مذهلة. وبدأت الإذاعـة فـي تطوير الأغنية من ناحيتي الشكل والمضمون ولم تعد تخاطب الجنس وأصبح لكلمات الأغنية رسالة تسعي لتحقيقها.. هذا وبدأت الإذاعة اهتمامها بكافـة الفنون المختلفة مثل الغناء – المونولوج – الحفلات الخارجية – أوبريتـات التمثيلية الإذاعية – برامج طوائف موجه للطفل – المرأة وغيرها.

وزاد الاهتمام ببرامج الطفل والمرأة والعامل والفلاح وكانت تعد وفق تخطيط دقيق مرحلة بعد مرحلة لسد الاحتياجات التي تتطلبها هذه الفئات من حيث : ثقافتها ومهمتها في الحياة وعرفت الإذاعة كذلك البرنامج الخـاص

والبرنامج التسجيلي.

مصادر تمويل الإذاعة في هذه المرحلة :

تتمثل أهم مصادر تمويل الإذاعة في هذه المرحلة في المصادر الآتية:

١- حصيلة رسوم أجهزة الاستقبال :

حيث نصت العقود المبرمة مع شركة ماركوني علي أن تحصل الإذاعة علي ٦٠% من حصيلة رسوم أجهزة الاستقبال. بينما تحصل الحكومة علي ٤٠% نظير قيامها بالتحصيل وتحملها تكاليف الإنشاءات الأولية للمحطات ومد الخطوط التليفونية والتيار الكهربائي اللازم لتشغيل أجهزة الاستقبال وكان الرسم السنوي عن كل جهاز استقبال مائة وعشرين قرشا ولقد ضمنت الحكومة المصرية للشركة مبلغ ستين ألف جنيه في السنة كحد أدني حتي إذا لم تصل نسبة ٦٠ % لهذا المبلغ علي أن الفرق بين نصيب الشركة من الرسوم المحصلة والحد الأدنى يعتبر ديناً علي الشركة تسدده عند الميسرة.

٢- دعم الدولة :

حيث نص العقد الثاني المبرم مع شركة ماركوني علي أن تدفع الحكومة للشركة أجرًا سنوياً مقابل تشغيل محطات الإذاعة في نهاية كل سنة.

٣- إيراد المجلات المتخصصة التي تصدرها الإذاعة :

حيث صدر العدد الأول من مجلة الراديو المصري في مارس ١٩٣٥ باللغتين العربية والإنجليزية وكان يباع بعشرة مليمات ثم ١٥ مليماً وكان الجزء الصادر باللغة الإنجليزية يسمي Egyptian Radio وتم فصل القسم العربي عن القسم الإنجليزي في عام ١٩٤١ واحتفظت المجلة العربية باسمها : الراديو المصري وسميت المجلة التي تصدر باللغة الإنجليزية : القاهرة تدعوك Cairo Calling وتغير اسم المجلة إلي الإذاعة المصرية في عام ١٩٤٦ واصبح توزيعها ١٥ ألف نسخة أسبوعيا وبلغ توزيع المجلة المطبوعة باللغة الإنجليزية ٤ آلاف نسخة أسبوعيا.

تبعية الإذاعة المصرية لشركة ماركوني البريطانية :

ولما توقفت محطات الإذاعة الأهلية شعرت البلاد بفراغ كبير مما دفع وزارة المواصلات إلي التقدم إلي مجلس الوزراء في ١٥يوليو ١٩٣٢ بمذكرة ضمنتها رغبتها في إنشاء محطة إذاعة لاسلكية علي حسابها الخاص واقترحت أن تعهد إلي شركة ماركوني التلغرافية اللاسلكية بتشغيل تلك المحطة لحساب الحكومة لما تمتاز به هذه الشركة من بعض المميزات أهمها:

١- تملك الشركة عددا من الوسائل التي تؤيد ما ابتدعه مهندسوها من الاختراعات في جميع فروع الهندسة اللاسلكية وتصرف نفقات طائلة علي أعمال البحث والتنقيب.

٢- لشركة ماركوني فضل عظيم في سبيل تقدم العلوم اللاسلكية.

٣- قيام الشركة بتركيب الأجهزة اللاسلكية في البواخر والطائرات.

٤- الخبرة الممتازة والسمعة العالمية في شئون اللاسلكي وعمل محطات الإذاعة وللالتقاط.

ثانيا مرحلة الإذاعة في عهد شركة ماركوني من(١٩٣٤ – ١٩٤٧)

ولما توقفت محطات الإذاعة الأهلية شعرت البلاد بفراغ كبير مما دفع وزارة المواصلات إلي التقدم إلي مجلس الوزراء في ١٥ يوليو ١٩٣٢ بمذكرة ضمنتها رغبتها في إنشاء محطة إذاعة لا سلكية علي حسابها الخاص واقترحت أن تعهد إلي شركة ماركوني التلغرافية اللاسلكية بتشغيل تلك المحطة لحساب الحكومة لما تمتاز به هذه الشركة من مهارة وخبرة ممتازة وسمعة عالمية في شئون اللاسلكي.

شوط العقود بين الحكومة المصرية وشركة ماركوني العالمية :

قد وافق مجلس الوزراء بجلسته المنعقدة في ٢١ يوليو ١٩٣٢ علي هذه المذكرة وبناء علي هذه الموافقة تم الاتفاق بين الحكومة وشركة ماركوني علي إنشاء محطة للإذاعة اللاسلكية في مصر – وفقا لنصوص المعاهدة الدولية للبرق اللاسلكي المبرمة في واشنطن بتاريخ ٢٥ نوفمبر ١٩٢٧ والتي اشتركت فيها مصر وصدر بشأن مرسوم بتاريخ ٢٠ سبتمبر

.١٩٣٢

شروط الاتفاق الأول بين الحكومة المصرية وشركة ماركوني البريطانية.

من أهم شروط هذا الاتفاق :

- تقوم شركة ماركوني بتشغيل محطات الإذاعة خلال مدة العقد وهي عشر سنوات قابلة للتجديد.

- أن تكون البرامج قاصرة علي مواد التسلية والتعليم فقط وذلك تحت إشراف لجنة من خمسة أعضاء يمثل الحكومة بها ثلاثة أعضاء وعضوان يمثلان الشركة علي أن يكون مفتشي عام مصلحة التلغرافات والتليفونات فنيا لهذه اللجنة.

- تقوم وزارة المواصلات بالإشراف علي الناحية الهندسية وصيانة الأجهزة والآلات وتحصيل رسوم أجهزة الاستقبال والتفتيش عليها.

- تحصل الشركة علي ٦٠% من حصيلة رسوم أجهزة الاستقبال وتحصل الحكومة علي ٤٠% نظير قيامها بالتحصيل وتحملها تكاليف الإنشاءات الأولية للمحطات ومد الخطوط التلفونية والتيار الكهربائي اللازم لتشغيل أجهزة الإرسال.

الإشراف البريطاني علي الإذاعة :

ولأحكام الرقابة علي الشركة في تشغيلها لمحطات الإذاعة فقد تم تعيين المفتش العام لمصلحة التلغراف والتليفونات (مستر و. ب) مشرفا علي أعمال الإذاعة ومستشارا فنيا لها وذلك بتاريخ ٢٩ إبريل ١٩٣٤. وتم افتتاح الإذاعة المصرية في ٣١ مايو عام ١٩٣٤.

وقام مستر وب بوضع نظام سير العمل بالإذاعة من الناحية الفنية ونظام البرامج والصرف عليها واقتراح تكوين لجنة للبرامج بحيث تكون العضوية فيها لمدة طويلة لاستقرار البرامج التي تذيعها الإذاعة كما طلب مساعدة الحكومة ماليا للإذاعة دون أن تدفع شيئا وذلك بطريق غير مباشر بإعطاء الإذاعة حق إذاعة الحفلات من دار الأوبرا وغيرها بدون مقابل – نظير القروض التي تحصل عليها دور العرض – من الحكومة لإقامة

حفلاتها وفي هذا الوقت كونت لجنة تشرف علي أعمال الإذاعة مكونة من :
السيد هنري باركر صاحب شركة باركر
رئيس مجلس إدارة شركة ماركوني بمصر
علي إبراهيم باشا عميد كلية الطب رئيس لجنة برامج الإذاعة

الأنورابل سيسل كاميل	مدير إدارة شركة ماركوني اللاسلكية بمصر
المستر س. ديلاني	مدير عام شركة ماركوني بمصر
محمد سعيد لطفي أفندي	المستشار العربي لشركة ماركوني بمصر
محمد عبد العال أفندي	رئيس إدارة الحركة بشركة ماركوني بمصر

وكان يجري العمل بالإذاعة وفقا للاتفاقيات والمعاهدات الدولية الخاصة بالبرق واللاسلكي والاتفاقية الدولية الخاصة باستعمال الإذاعة اللاسلكية في صالح السلم الموقعة بجنيف في ١٩٣٦/٩/٢٣ وظل إشراف وزارة الشئون الاجتماعية من ٢٠ أغسطس عام ١٩٣٩ الذي نص علي أن الإذاعة إحدى إدارات هذه الوزارة.

ولم يدم إشراف وزارة الشئون الاجتماعية علي الإذاعة طويلا فقد نشبت الحرب العالمية الثانية واقتضت دواعي الأمن العام للدولة وضع الإذاعة تحت إشراف وزارة الداخلية طوال فترة الحرب فصدر قرار مجلس الوزراء بهذا في ١٩ إبريل ١٩٤٢ وفي ٢١ اكتوبر من نفس العام صدر قرار مجلس الوزراء بإنشاء مجلس أعلي يعاون وزارة الداخلية في إشرافها علي الإذاعة اللاسلكية وتفرع عن هذا المجلس لجنة للشئون المالية.

وما إن انتهت الحرب وزالت بذلك الظروف والاعتبارات التي حالت دون تنفيذ المرسوم الصادر في ٢٠ أغسطس ١٩٣٩ حتي عادت الإذاعة لإشراف وزارة الشئون الاجتماعية. وألغي المجلس الأعلى السابق تأليفه وما تفرع منه وبذلك اصبح العقد الجديد المبرم بين الحكومة وشركة ماركوني اللاسلكية في ٢٨ نوفمبر ١٩٤٣ والذي وافق عليه مجلس الوزراء بجلسته المنعقدة في ٢٣ أكتوبر ١٩٤٣ هو الدستور الوحيد الذي ينظم شئون الإذاعة والذي روعي فيه مصلحة البلاد وتضمن بعض القيود التي تجعل إشراف الحكومة علي جميع أعمال الشركة فعليا لتصبح الإذاعة مصرية تعبر فعلا

عن مصر والمصريين.

شروط الاتفاق الثاني بين الحكومة المصرية وشركة ماركوني البريطانية :

- تتعهد الشركة بأن تستمر بعد انتهاء مدة سريان الاتفاقية المبرمة في ٢١ يوليو ١٩٣٢ وطبقا للشروط الجديدة المبينة فيما بعد بأن تقوم نيابة عن الحكومة المصرية وتحت إشرافها بالإذاعة ويشمل ذلك :

- إدارة وصيانة محطات الإذاعة والاستديو هات وجميع الأجهزة اللازمة للإذاعة.
- إعداد برامج يومية خاصة بمواد التعليم والتسلية دون غيرها في حدود المبالغ التي تقدمها الحكومة لهذا الغرض لعرضها علي اللجنة المشار إليها في المادة الرابعة وإذاعتها في الساعات التي يتفق عليها من حين لآخر بين الحكومة والشركة.
- أعمال الإدارة العامة.

- تقوم الحكومة أبتدأ من ٣١مايو ١٩٤٤ بدفع جميع النفقات المتعلقة بالإذاعة وعلي الشركة أن تقدم للحكومة قبل ابتداء كل عام من مدة الاتفاق بثلاثة أشهر علي الأقل مشروع الميزانية لفحصها واعتمادها في صرف المبالغ المقدرة بالميزانية ومراجعة الصرف جميع القواعد المتبعة في مصالح الحكومة.

- تدفع الحكومة للشركة أجراً سنويا مقابل تشغيل محطات الإذاعة ٥٧٩٤,٥٦٠ جنيه يدفع في نهاية كل سنة.

- تعرض برامج الإذاعة علي لجنة خاصة تؤلف من سبعة أعضاء خمسة منهم تعينهم الحكومة واثنين تختارهما الشركة وتعين الحكومة الرئيس من بين مندوبيها.

- وقد شكلت هذه اللجنة من :

فؤاد سراج الدين باشا	وزير الشئون الاجتماعية	رئيسا
عبد اللطيف محمود	وكيل وزارة الشئون الاجتماعية	
توفيق أحمد	وكيل وزارة المواصلات	
حسن فهمي رفعت باشا	وكيل وزارة الداخلية	

الأستاذ محمد فكري أباظة
مستر فيرجسون
مستر ديلاني
- تشتري الحكومة في ٣١ مايو ١٩٤٤ جميع المعدات والأجهزة المملوكة للشركة والمستعملة إلا أن في القيام بالإذاعة مقابل دفع الثمن الذي يحدد له باتفاق الطرفين بحيث لا يزيد علي ثمن المشتري.
- تتحمل الشركة نفقات إصلاح الأجهزة الموجودة بمحطات الإذاعة إذا ما أصابها تلف بسبب إهمال أو عدم خبرة موظفي الشركة كما تتعهد الشركة بإبدال هذه الأجهزة إذا أصبحت غير صالحة للاستعمال للسبب المذكور.
- علي الشركة أن تستخدم المصريين في جميع أعمالها بنسبة لا تقل عن ٧٥% من الموظفين ذوي المرتبات الشهرية و ٩٠% من العمال ذوي الجور اليومية.

المرحلة الثالثة تمصير الإذاعة (١٩٤٧ - ١٩٥٢)

تعتبر مرحلة تمصير الإذاعة فترة انتقالية من مرحلة التكوين والنشأة إلي مرحلة الاستقرار والتطور المنتظم المطرد.ولاعتبارات قومية قررت وزارة الشئون الاجتماعية في ٤ مارس ١٩٤٧ إنهاء عقد شركة ماركوني واستلام الإذاعة اللاسلكية بكل ما يتصل بها من الأجهزة والمعدات والآلات.

تشكيل لجنة لاستلام الإذاعة اللاسلكية :

وفي ٢٧ مارس ١٩٤٧ صدر قرار وزاري بتشكيل لجنة لاستلام محطة الإذاعة اللاسلكية علي مقتضي القواعد التالية وتتألف اللجنة من :

راضي أو سيف راضي بك	وكيل وزارة الشئون الاجتماعية
محمد قاسم بك	وكيل وزارة الشئون الاجتماعية المساعد
أبو بالعنين سالم بك	مستشار الرأي بمجلس الدولة
كمال الخشن بك	وكيل عام مصلحة السكة الحديد
راغب شرابي بك	السكرتير المالي

تبدأ هذه اللجنة استلام الأجهزة والمعدات والأدوات علي أن تكون جميعها في حالة صالحة للعمل وبعد إتمام الاستلام تنقل الإدارة إلي الحكومة

ويراعي التزام الشركة بتعويض الموظفين الذين كانوا في المحطة حتي ٣١ مايو ١٩٤٤ وعليها أن تسوي مكافأتهم مع الوزارة علي أساس قانون عقد العمل الفردي رقم ٤١ لسنة ١٩٤٤ أو علي أساس ما قد تكون هناك من شروط خاصة أبرمتها الشركة مع عمالها وابتداء من ٣١ مايو ١٩٤٤ وهو بدء سريان العقد تصبح الحكومة مسئولة عن مكافأتهم وتراجع اللجنة حالة الموظفين الحاليين وأعمالهم وتتقدم إلي الوزارة بالمقترحات التي تطابق طبيعة الإدارة الجديدة كما تراعي اللجنة ما ينتج عن تطبيق المادة ١١ من العقد وهي ما تعهدت به الشركة بتعويض الحكومة أو أي موظف حكومي عن الأضرار التي تلحق بهم من جراء إهمال الشركة في أعمالها المرتبطة بالإذاعة كما تقوم بدراسة جميع شروط العقود التي تمت بين الشركة بصفتها وكلية عن الحكومة المصرية وبين الآخرين لإبقاء ما تري الحكومة إبقاءه منها علي أن يستمر العمل بتلك العقود حتي الانتهاء من هذه الدراسة.

إلغاء عقد شركة ماركوني البريطانية في ٤مارس ١٩٤٧ :

١- <u>أسباب إلغاء العقد :</u>

كان العقد المبرم بين شركة ماركوني التلغرافية وبين الحكومة المصرية كما سبق أن ذكرنا ينص علي أن تسلم الشركة للحكومة المصرية الإذاعة بمحطاتها واستوديوهاتها....إلخ في ٣١ ديسمبر ١٩٤٩ بمقتضي المادة ١٣ من العقد المشار إليه ولكن الحكومة المصرية ألغت العقد في عام ١٩٤٧ <u>لاعتبارات قومية منها</u> :

١- تحرج الأمور بين مصر وبريطانيا بسبب عدم جلاء القوات البريطانية عن قناة السويس واضطرار مصر إلي شكوي بريطانيا أمام مجلس الأمن ومن اجل هذا رأت مصر إنهاء العقد وتمصير الإذاعة حرصا علي عدم تأثرها بالإدارة الإنجليزية.

٢- الخلاف بين الحكومة المصرية وبين شركة ماركوني البريطانية علي سياسة الأخبار في الإذاعة : فلقد أدركت الحكومة المصرية في أوائل الأربعينيات أن رئيسة غرفة الأخبار – الأجنبية الأصل – تنتقي من رسائل المراسلين الحربيين الذين أوفدتهم صحفهم الإنجليزية والأمريكية

إلي القاهرة لتغطية أنباء القتال في الصحراء الغربية ما يشير إلـــي دور المصريين في هذا القتال.

٣- عدم بث مواد إذاعية مرسلة من الجامعة العربية في عام ١٩٤٦ : حيث أرسلت جامعة الدول العربية أحاديث إذاعية باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية ومدة كل حديث ١٥ دقيقة وأحيلت الأحاديث العربية إلي القسم العربي ووضعت علي الشريط المخصص لإذاعـــة هـــذه الأحاديـــث وأحيلت الأحاديث الأخري إلي القسم الأوربي والذي كان يرأسه ضابط إنجليزي الذي أمر حينما عرضت عليه هذه الأحاديث بإعادتهـــا إلـــي جامعة الدول العربية وعدم إذاعتها.

٤- رأت وزارتا الشئون الاجتماعية والمواصلات أن الحالة أصبحت تدعو إلي قيام الحكومة بإدارة محطات الإذاعة اللاسلكية المملوكـــة لهـــا وإن الظروف التي أسندت هذه المهمة إلي شركة ماركوني لـــم تعـــد قائمـــة وبذلك تستطيع الحكومة توجيه الإدارة توجيها تتحقق معه مهمة الإذاعة من الناحية القومية علي أكمل وجه.

الآثار المترتبة علي إلغاء عقد شركة ماركوني :

وقد ترتب علي إنهاء عقد شركة ماركوني :

١- تعويض الشركة عن فسخ العقد بصرف أجر الإدارة وقدره ٥٠٠٠ جنيه سنويا حتي نهاية مدة العقد في ٣١ ديسمبر ١٩٤٩.

٢- تدفع الحكومة مرتب مستر ديلاني مدير عام الإذاعة حتي ٣١ ديـــسمبر ١٩٤٩

٣- إستمرار معاملة الموظفين المحليين بالشروط المعمول بها حاليا حتـــي تتقرر السياسة التي سوف يسير عليها العمل في المستقبل.

مجلس إدارة الإذاعة اللاسلكية :

ونظرا لما للإذاعة من أهمية كبري باعتبارهـــا أداة تثقيـــف وترفيـــه وإرشاد للرأي العام الداخلي والخـــارجي عـــن شـــئون الـــبلاد الـــسياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية ورغبة في تخويـــل الإذاعـــة اللاســـلكية

استقلال يساعدها علي الوصول إلي هذه الأهداف فقد تقدم وزير الشئون الاجتماعية إلي مجلس الوزراء بهذه الاقتراحات :

أولا : ينشأ مرسوم إدارة مستقلة للإذاعة اللاسلكية يشرف عليها مجلس أعلي يعين أعضاؤه بمرسوم أيضا ويمثلون جميع نواحي الحياة العامة فضلا عن تمثيل الوزارة التي تتصل بشئون الإذاعة اتصالا وثيقا وأن يعهد إلي هذا المجلس بما يأتي :

اختصاصات مجلس إدارة الإذاعة اللاسلكية :

١- توجيه السياسة العامة للإذاعة اللاسلكية في مصر والإشراف علي البرامج التي تطابق هذه السياسة.

٢- تشكيل اللجان الثقافية والفنية اللازمة لاقتراح موضوعات واختيار المتحدثين والفنانين

٣- وضع ميزانية الإذاعة والإشراف علي ماليتها.

٤- وضع نظام التعيينات وترقيات الموظفين وتطبيقه علي التعيينات والترقيات الجديدة ووضع قواعد المكافآت والأجور للمذيعين والفنانين.

٥- تنظيم العلاقة بين الإذاعة اللاسلكية المصرية والإذاعات العالمية

٦- إبرام العقود الخاصة بالإذاعة اللاسلكية

ثانيا : ورغبة في أن تقوم الإذاعة بالمهمة الكبري التي أشرنا أنفا علي الوجه الأكمل نقترح أن تعطي ميزانية الإذاعة أيضا استغلالا يضمن للمجلس الأعلي حرية التصرف في اختيار المذيعين والكتاب والأدباء والموسيقين وغيرهم ممن نتعاقد معهم وتستخدمهم الإذاعة دون التقيد باللوائح المالية العادية.

ثالثا : نظراً لما لمصر من مكانة بين الدول وخاصة في الشرقين الأوسط والأدني ورغبة في أن يصل صوت مصر إلي هذه البلاد فإننا نقترح علي هذا المجلس الموقر – مجلس الوزراء بالموافقة علي أن تكون المحطة حرة يتوفر بها المعدات التي تكفل لها اسماع صوت البلاد في كافة أنحاء العالم وأن تعينها الحكومة ماليا حتي تتهيأ لها القدرة الكافية لمواجهة مهمتها علي الوجه الأكمل وقد وافق مجلس الوزراء علي هذه

المقترحات بجلسته المنعقدة في ١٨ مايو ١٩٤٧.

ففي هذه المرحلة بدأت الحكومة تهتم بهذا المرفق الحيوي الهام فقد أعدت وزارة الشئون الاجتماعية – المشرفة علي الإذاعة في ذاك الوقت.

- عقب إلغاء عقد امتياز شركة ماركوني ١٩٤٧ مشروع قانون بإنشاء إدارة للإذاعة اللاسلكية وقد صدر في ٢٠اكتوبر ١٩٤٧ مرسوم بهذا ينص علي أن :
- الإذاعة المصرية إدارة مستقلة تسمي إدارة الإذاعة اللاسلكية المصرية وهي هيئة قائمة بذاتها وتلحق بوزارة الشئون الاجتماعية.
- يشكل مجلس إدارة للإذاعة من ثلاث عشر عضواً برئاسة وزير الشئون الاجتماعية (محمود حسن باشا) وعضوية :

وكيل وزارة الشئون الاجتماعية
وكيل وزارة المواصلات
وكيل وزارة الداخلية
وكيل وزارة الخارجية أعضاء
وكيل وزارة المعارف العمومية
مفتش عام مصلحة التلغرافات والتليفونات
مدير الإذاعة اللاسلكية

خمسة أعضاء يعينون بمرسوم بناء علي عرض وزير الشئون الاجتماعية من بين المشتغلين بالشئون العامة وفي ١٧ نوفمبر ١٩٤٧ اصدر مرسوم بتعيين هؤلاء الخمسة وهم :

طراف علي باشا
محمد زكي علي باشا
د. منصور فهمي باشا
محمد سعيد لطفي باشا
الأستاذ عباس محمود العقاد

ويكون هذا المجلس هو السلطة الإدارية العليا للإذاعة

- يقوم مجلس الإدارة بوضع لائحة النظام الداخلي للإذاعة وتصدر بقرار

من وزير الشئون الاجتماعية.

- يكون إشراف وزارة المواصلات قاصراً علي النواحي الفنية الهندسية وصيانة الأجهزة والآلات.

وفي ١٥ ديسمبر ١٩٤٧ صدر مرسوم بتعديل المادة الرابعة من المرسوم الصادر في ٢٠ اكتوبر ١٩٤٧ بإنشاء إدارة للإذاعة اللاسلكية تنص علي :

تعيين المستشار الفني للإذاعة اللاسلكية المصرية عضوا في مجلس إدارة الإذاعة بحكم وظيفته.وبذلك أصبح للإذاعة قانون ينظم شئونها ويحكم علي تصرفاتها ولأهمية هذا المرفق فقد رؤى إلا تتقيد الإذاعة في تصريف أمورها المالية والإدارية باللوائح الحكومية المعمول بها آنذاك وذلك لاختلاف طبيعة عملها عن المصالح الحكومية الأخرى.

ومع بداية هذه المرحلة بدأت الإذاعة تسير وفقا لأحكام قانونية محددة ولم يعد للسيطرة الأجنبية وجود فقد قام مجلس الإدارة بوضع لائحة النظام الداخلي للإذاعة ووافق عليها مجلس الوزراء بجلسته المنعقدة في ٢٣ يوليو ١٩٤٥.

ومن أهم ما ورد بهذه اللائحة :

- ✓ تحديد اختصاصات مجلس الإدارة ورئيسه.
- ✓ اللجان الفرعية وطريقة اجتماعاتها وصحتها واختصاص كل منها وهذه اللجان هي : اللجنة المالية والإدارية اللجنة الفنية والثقافية اللجنة الهندسية لجنة شئون الموظفين كما حددت اللائحة اختصاصات كل من مدير الإذاعة ومستشارها الفني.

القانون رقم ٩٨ لسنة ١٩٤٩ بشأن تنظيم الإذاعة المصرية
(أول تشريع متكامل للإذاعة)
الصادر في ٢٣ يوليو سنة ١٩٤٩

لم يقف الاهتمام بالإذاعة منذ تمصيرها عند حد بل سار قدما فى وضع

الأسس الراسخة التى تضمن الاستمرار والطمأنينة للإذاعة والعـاملين بهـا فصدر القانون رقم ٩٨لسنة ١٩٤٩ فى ٢٣ يوليو ١٩٤٩ بشأن تنظيم الإذاعة وهو شامل لكل نواحى العمل بالإذاعة وأهم ما جاء بهذا القانون :

١) الإذاعة هويْة مصرية مستقلة تسمى الإذاعة المصرية وتلحـق برئاسـة مجلس الوزارة.

٢) تقوم الإذاعة بالإشراف على جميع محطاتها بالمملكة المصرية ؛ ولهـا حق إنشاء الاستوديوهات ونشر المطبوعات الإذاعية. بإقامة الحفـلات باجر وبلا أجر ولها أن تكون فرقا موسيقية وغنائية خاصة بها.

٣) اللغة الأساسية للإذاعة هى العربية ويجوز إذاعة بعض البرامج باللغات الأجنبية التى يعينها مجلس الإدارة.

٤) تشكيل مجلس إدارة للإذاعة من ثلاث عشر عضوا برئاسة رئيس مجلس الوزراء أو من يندبة من الوزراء وعضوية كل من :

وكيل وزارة الموصلات
وكيل وزارة الداخلية
وكيل وزارة الخارجية
وكيل وزارة المعارف
وكيل وزارة الشئون الاجتماعية
مفتش عام مصلحة التلغراف والتليفونات
مدير الإذاعة
المستشار الفني للإذاعة
وخمسة أعضاء من المشتغلين بالشئون العامة.

٥) وهؤلاء يصدر بتعينهم مرسوم فى ٢٦ فبراير ١٩٥٠ ينص علـى أن يعين ٥ أعضاء بمجلس إدارة الإذاعة كل من :

محمد كامل مرسي باشا
سليمان نجيب بك
الأستاذ عبد السلام عثمان
الأستاذ الشيخ محمد البنا
الأستاذ محمد زكي عبد القادر

٦) ميزانية الإذاعة مستقلة تعرض علي مجلس الوزراء لاعتمادها مع إخضاع نظامها المالي لإشراف ورقابة كل من وزارة المالية وديوان المحاسبة.

٧) عرض جميع المسائل الخاصة بالإذاعة علي مجلس الإدارة للبت فيها

٨) تعيين مدير للإذاعة وكذا مستشار فني

٩) أن تلتزم الإذاعة لاسلكيا بما لا يتعارض مع قوانين وزارة الحربية والبحرية بشأن الأسلحة الجوية والبحرية

١٠) تشرف وزارة المواصلات علي النواحي الفنية الهندسية وصيانة الأجهزة والآلات

١١) تحديد أوضاع الموظفين بالإذاعة بالمادة ١٣ وتقسمهم إلي فئتين : فئة الفنيين ويتبع في شأنهم نظام خاص وفئة إداريين كتابيين ومستخدمين وهؤلاء تسري عليهم أحكام التوظف العامة بالحكومة ونظر لطبيعة عمل الإذاعة وامتداد العمل بها إلي غير ساعات العمل الرسمية بالحكومة فقد تقرر منحهم ٢٥% من الأجر زيادة عما هو متبع في وزارات الحكومة ومصالحها وقد نص علي إنشاء صندوق ادخار لموظفي الإذاعة ومستخدميها يضع مجلس الإدارة قواعد تنظيمية وشروط الانتفاع به – وتعرض علي مجلس الوزراء لاعتمادها.

١٢) تتكون ميزانية الإذاعة من حصيلة رخص أجهزة الاستقبال وغلة أموالها وأثمان ما تبيعه من منتجاتها ومطوعاتها ومن اشتراك مجلتها ومن الإعانة التي تمنحها لها الدولة ومن الإيرادات الأخرى من أي نوع كان وتعتبر هذه الأموال حصيلة من الأموال العامة بالنسبة لأحكام القانون وتبدأ السنة المالية للإذاعة مع السنة المالية للحكومة وتنتهي بانتهائها.

إلغاء المرسوم الصادر في ٢٠ اكتوبر ١٩٤٧ وكل ما يتعارض مع أحكام هذا القانون:

وقد تعاقب علي رئاسة مجلس إدارة الإذاعة كل من السادة الوزراء : محمد ذكى عبد المتعال، حامد زكي عبد المجيد عبد الحق،إبراهيم عبد

الوهاب، محمد فريد زغلول وقد وضع أول ميزانية للإذاعة في السنة المالية ٥٠/ ١٩٥١ ضمن ميزانية الدولة.

فصدر المرسوم رقم ١٤٢ لسنة ١٩٥٠ بربط ميزانية الإذاعة التي قدرت بمبلغ ٦٥٥٠٠٠ جنيه وأخذت الإذاعة تسير في ركاب التقدم والرقي فقد صدر المرسوم رقم ٢٠٠ لسنة ١٩٥١ بربط ميزانية الإذاعة عن السنة المالية ١٩٥٢/٥١ بمبلغ ٧٣٨٤٥٠ جنيه.

وفي فجر ٢٣ يوليو عام ١٩٥٢ قامت الثورة لتقضي علي كل أنواع الفساد والاستغلال في مصر – وانتهت بذلك مرحلة من المراحل التي مرت بها الإذاعة – وبرغم قصر الفترة الزمنية لهذه المرحلة فإنها تعتبر من المراحل الهامة في تاريخ إذاعتنا حيث تم فيها وضع قانون شامل لجميع تنظيمات الإذاعة بنصيب وافر من الإصلاح باعتبارها جهازًا إعلامياً هاماً في مصر الفتية.

وكان يشغل منصب مدير إذاعة في هذه المرحلة كل من :

١- محمد قاسم بك في الفترة من ١٩٤٧/١٢/٢٢ إلي ١٩٥٠/٨/١٥
٢- محمد حسني نجيب بك في الفترة من ١٩٥٠/١٠/٣٠ إلي ١٩٥٢/٨/١٢

المحتوي الإذاعي في هذه المرحلة :

١-الوظيفة التوجيهيه :

لقد تمثل دور الإذاعة الهام في تلك الفترة في استمرار رسم وتقرير القيم الحقيقة للشخصية المصرية في كافة نواحي الحياة في الوقت الذي كان يتجاذب مصر تيارات متباينة بعضها يدعو إلي الرجوع إلي الماضي بكل قيمه وبعضها يدعو إلي نبذ الحضارة المصرية القديمة وبعضها يدعو إلي الأخذ بالأساليب الغربية.

وكان علي الإذاعة المصرية أن تقرر المنهج الذي سوف تسير عليه وتأخذ به من هذه التيارات كما أن العناصر المصرية التي تولت أمرها استطاعت أن تترسم الخط السليم والذي أثبتت الأيام سلامته : فلغة الإذاعة هي اللغة العربية الفصحي والدين له مكانته المرموقة في برامج الإذاعة

والتاريخ المصري والعربي والإسلامي موضع عناية واهتمام والعلم يلقى اهتماما متزايداً واتخذت الإذاعة ساعة جامعة القاهرة لتعلن الوقت عدة مرات كل يوم لا للإعلان عن الوقت فحسب بل توجيهاً للأنظار نحو هذه المنارة العلمية أمل مصر في ذلك الوقت.

كما أدركت الإذاعة وظيفتها التوجيهية في إرشاد الرأي العام الداخلي والخارجي عن مختلف شئون البلاد السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

٢- الوظيفة الإعلامية :

دعمت الإذاعة وظيفتها الإعلامية حيث أعلن وزير الشئون الاجتماعية يوم استلام الإذاعة من شركة ماركوني عن إنشاء قسم للأخبار يمد الإذاعة بالأخبار الصادقة التي يأتي بها مراسلون في الداخل والخارج وكذا معلقون سياسيون ودبلوماسيون وذلك حتي لا تبقي محطة الإذاعة عالة علي الصحف المحلية والعالمية أو علي شركات الأنباء الأجنبية التي قد تلجأ إلي تنفيذ أغراضها عن طريق إذاعة محطتنا لأخبارها.

وأنشيء قسمين للأخبار :

- قسم الأخبار العربية : ويعد ٤ نشرات إخبارية يوميا ويقدم الأحاديث الوطنية مثل مصر تطل علي العالم علي هامش الحوادث، الوعي القومي، حديث الجامعة العربية..............إلخ
- قسم الأخبار الأجنبية : ويعد نشرتين للأخبار باللغة الإنجليزية ونشرتين باللغة الفرنسية.

وبصفة عامة بدأت ملامح التمصير من حيث الشكل تظهر تدريجيا حيث عدل الأسبوع الإذاعي ليبدأ يوم السبت من كل أسبوع بدلا من يوم الأثنين اعتبارا من يوم ١١ فبراير ١٩٤٩ حل الموظفون المصريون محل الأجانب تباعاً وحررت نشرات الأخبار باللغة العربية أولاً بدلاً من اللغة الإنجليزية كما كان يتم من قبل.

مصادر تمويل الإذاعة في هذه المرحلة :

حددت المادة العاشرة من مرسوم إنشاء إدارة الإذاعة اللاسلكية الصادر في ١٨ مايو ١٩٤٧ والمادة الرابعة عشرة من القانون ٩٨ لسنة ١٩٤٩ موارد الإذاعة المصرية في الآتي :

١) حصيلة رخص أجهزة الاستقبال بعد خصم ١٠% مصاريف التحصيل والتي بلغت في ميزانية السنة المالية ١٩٥١/٥٠ حوالي ٢٥٢,٠٠٠ جنيها مصريا وفي ميزانية السنة المالية ١٩٥٢/٥١ حوالي ٢٧٠,٠٠٠ جنيها مصريا.

٢) قيمة ما تغلة الإذاعة من بيع مطبوعاتها : مثل مجلة الإذاعة المصرية ومجلة القاهرة تدعوك Cairo Calling ولقد ارتفع توزيع مجلة الإذاعة المصرية عام ١٩٤٨ إلي ٢٥٠٠٠نسخة بينما ظل توزيع مجلة Cairo Calling كما كان حوالي ٤٠٠٠ نسخة تقريبا ومما يذكر أن ميزانية هذه المجلات بلغت في ميزانية السنة المالية ١٩٥١/٥٠ حوالي ١٧,٠٠٠ جنية مصري.

٣) إعانة الدولة أو الاعتمادات المخصصة للإذاعة بموازنة الدولة : حيث تنص المادة ٢١ من القانون رقم ٩٨ لسنة ١٩٤٩ بأن تودع الحكومة لحساب هيئة الإذاعة المصرية في البنك الذي يختاره مجلس الإدارة وتوافق عليه وزارة المالية : الإعانة السنوية التي تقررها الدولة ولقد بلغت هذه الإعانة في ميزانية السنة المالية ١٩٥١/٥٠ (١٩٦,٠٠٠)جنيه وفي ميزانية السنة المالية ١٩٥٢/٥١ (٢٣٦٠٠٠) جنيه

٤) وفورات الميزانية من السنين السابقة : ومما يذكر أنه وضعت أول ميزانية للإذاعة السنة المالية ١٩٥١/٥٠ ضمن ميزانية الدولة حيث صدر المرسوم رقم ١٤٢ لسنة ١٩٥٠ بربط ميزانية الإذاعة التي قدرت بمبلغ ٦٥٥,٠٠٠جنيها بميزانية الدولة كما صدر المرسوم رقم ٢٠٠ لسنة ١٩٥١ في ٢٥ اكتوبر ١٩٥١ بربط ميزانية الإذاعة عن السنة المالية ١٩٥٢/٥١ والتي قدرت بمبلغ ٧٣٨٤٥ جنيها.

٥) الإيرادات الأخرى من أي نوع كان : وتعتبر هذه الأموال جميعها من الأموال العامة بالنسبة لأحكام القانون.

وعموماً :

علي الرغم من قصر الفترة الزمنية للتمصير إلا أن مرحلة تمصير الإذاعة تعتبر من المراحل الهامة في تاريخ الإذاعة المصرية والتي صدر خلالها أول تشريع متكامل لتنظيم الإذاعة وهو القانون رقم ٩٨ لسنة ١٩٤٩. فضلا عن أن مصر شهدت خلال هذه الحقبة حب فلسطين (١٩٤٨) والتي كن لها تأثيرها علي الإذاعة من عدة جوانب هي :

١- أن الإذاعة دخلت طورا جديد من أطوارها هو خدمة الأهداف السياسية للدولة والابتعاد عن الطابع الذي ظلت تحافظ عليه منذ نشأتها وهنا تحولت الإذاعة إلي قلعة من قلاع الكفاح من أجل تحقيق خطوات التمصير وملاحظة التطورات السياسية من أجل قضايا الاستقلال والتحرر الوطني.

٢- تمثل حرب فلسطين بالنسبة للإذاعة المصرية تحول كبير فتحولت الإذاعة إلي صوت مصر الموجه إلي العالم الخارجي أما قبل ذلك فكانت تخدم المصالح الأجنبية.

٣- ظهور جيل من الكتاب والمفكرين تناولوا القضية الفلسطينية عبر الإذاعة بشكل جديد.

رابعاً : الإذاعة في عهد الثورة (١٩٥٢ - ١٩٨٠) :

قامت ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ المجيدة وانطلقت أول صيحة تعلن عن قيام الثورة من الإذاعة ومنذ تلك اللحظة وضعت الإذاعة نفسها في خدمة الثورة فكان لها السبق دائما في إذاعة أنباء الثورة والتعرف بأهدافها حيث تعتبر الإذاعة من أهم وسائل النشر في العصر الحديث فكلمتها المسموعة تخاطب جميع مستويات الشعب ويبدو أن الثورة قد عنيت عناية فائقة بمكانة الإذاعة كما اعتمدت عليه اعتمادا كبيرا في إعلامها بدليل ذكر إحصائية بسيطة لبرامجها خلال شهر واحد من قيام الثورة حيث قدمت الإذاعة ٥١ حديثا وطنيا و ٣٥ برنامجا خاصا و ١٧ تمثيلية وطنية و ٣٧ قصيدة شعرية وزجلية تدعو للعهد الجديد وشرح أهدافه.

كما ساهمت الإذاعة في شرح قوانين الإصلاح الزراعي وعبأت الشعور الوطني والقومي أثناء العدوان الثلاثي علي مصر وساهمت في إرساء قواعد المجتمع.

تطور الإذاعة المصرية في هذه المرحلة :

١- في ١٠ نوفمبر ١٩٥٢ صدر المرسوم بقانون رقم ٢٧٠ لسنة ١٩٥٢ بإنشاء وزارة الإرشاد القومي وضمت الإذاعة المصرية لها نقلا من رئاسة مجلس الوزراء وظل القانون رقم ٩٨ لسنة ١٩٤٩ ساري المفعول بالنسبة لأعمال الإذاعة.

٢- .في ديسمبر ١٩٥٢ صدر مرسوم بتعيين السيد الأميرالاي محمد كامل الرحماني مديرا للإذاعة بعد استقالة محمد حسني نجيب الذي كان يشرف علي الإذاعة قبل ذلك.

٣- في ٣١ يناير ١٩٥٣ قرر مجلس إدارة الإذاعة الاستغناء عن وظيفة المستشار الفني للإذاعة ثم صدر مرسوم بقانون بما انتهي إليه رأي مجلس الإدارة ونص في مادته الثانية علي إحلال وظيفة وكيل وزارة الإرشاد القومي في عضوية مجلس إدارة الإذاعة المصرية بدلا من وظيفة مستشار فني.

٤- صدر القانون رقم ١٣٣ لسنة ١٩٥٣ في ٢٣ مارس ١٩٥٣ بإلغاء مجلس إدارة الإذاعة علي أن يتولي وزير الإرشاد القومي الاختصاصات التي كانت لمجلس الإذاعة وذلك حتي تنطلق الإذاعة دون تقيد في الإجراءات أو تعارض في الرأي.

٥- توالت صدور عدة قوانين بإلغاء أو تشكيل جديد للمجلس الأعلى للإذاعة فرأت وزارة الإرشاد القومي ضرورة إعادة تشكيل مجلس إدارة الإذاعة وتحويل وزير الإرشاد القومي اختصاصات مجلس إدارة الإذاعة المصرية وفقا لما نص عليه القانون رقم ٥٥٠ لسنة ١٩٥٣ ثم امتدت فترة التحايل عدة مرات بالقانون رقم ٦٥٣ لسنة ١٩٥٣ حتي ٣١ مارس ١٩٥٤ وبالقانون رقم ١٧٤ لسنة ١٩٥٤ حتي يونيو ١٩٥٤ وبالقانون رقم ٣٧١ لسنة ١٩٥٤ حتي نهاية السنة المالية ١٩٥٥/٥٤.

ونظرا لما للإذاعة من أهمية خاصة تتطلب وضع أسس جديدة تهدف إلي التنظيم والاستقرار ووضع قواعد ثابتة لموظفيها ومستخدميها فقد صدر القانون رقم ٦٥٢ لسنة ١٩٥٣ في ١٦ ديسمبر ١٩٥٣ بتعديل بعض أحكام القانون رقم ٩٨ لسنة ١٩٤٩ بشأن الإذاعة نص علي إخضاع جميع موظفي الإذاعة ومستخدميها للأحكام المنصوص عليها في قانون موظفي الدولة (قانون رقم ٢١٠لسنة ١٩٥١) والقوانين الأخرى المنظمة لشئون الموظفين وأن تسري في شأنهم القواعد المنصوص عليها في القانو ن رقم ٣١٦ لسنة١٩٥٢ بإنشاء صندوق للتأمين وآخر للادخار والمعاشات لموظفي الحكومة مع الاستمرار في منحهم ٢٥% من المرتب الأساسي مقابل وقت العمل الذي يمتد إلي غير ساعات العمل المعمول بها بالنسبة لباقي أجهزة الحكومة.

كما نص علي أن يعهد إلي مجلس إدارة الإذاعة بالاختصاصات المخولة لمجلس الوزراء بمقتض المواد ٤٥ (فقرة (٤) و ٤٥ (فقرة ٢) و٥٢ و ٧٣ (فقرة (٢) و١٠٧ (بند ٦) من قانون نظام موظفي الدولة – وكذا الاختصاصات المخولة للوزير وأن يعهد إلي مدير الإذاعة بالاختصاصات المخولة لوكيل الوزارة بمقتضى القانون رقم ٢١٠لسنة ١٩٥١ المشار إليه.

كما نص علي كيفية تشكيل مجلس التأديب الابتدائي لموظفي الإذاعة المعينين علي وظائف دائمة ويكون تشكيله بقرار من مدير الإذاعة ومجلس التأديب الاستئنافي هو المجلس الاستئنافي لوزارة الإرشاد القومي.ونص أيضا علي أن يعهد إلي مدير الإذاعة بالنسبة للموظفين الأجانب بالاختصاصات المخولة للجنة الموظفين الأجانب وذلك استثناء من أحكام القانون رقم ٤٤ لسنة ١٩٣٦ بشروط توظيف الأجانب.

وعلي ألا يعمل بأحكام المادة ٤٧ من القانون رقم ٢١٠ لسنة ١٩٥١ بشأن موظفي الدولة بالنسبة لمن ينقل من الموظفين والمستخدمين من الإذاعة أو إليها وذلك حتي نهاية السنة المالية ١٩٥٤/٥٣.

علي أن يتبع في تسوية حالة موظفي الإذاعة ومستخدميها الحاليين القواعد التي يصدر بها مرسوم فإذا ما ترتب علي التسوية وضع أحدهم في

درجة يقل مربوطها عن مرتبه الحالي بقي محتفظا به بصفة شخصية.

وفي ٩ يناير ١٩٥٤ صدر مرسوم بالقواعد التي تتبع في تسوية حالات موظفي ومستخدمي الإذاعة.

وقد استمر العمل باستثناء موظفي الإذاعة من العمل بأحكام المادة ٤٧ من القانون ٢١٠ لسنة ١٩٥١ بشأن موظفي الدولة – بالنسبة لمن ينقل من الموظفين والمستخدمين من الإذاعة أو إليها – حتي ٣١ ديسمبر ١٩٥٤.

<u>١- القانون رقم ٥٩٢ لسنة ١٩٥٥ الصادر في ٧ ديسمبر سنة ١٩٥٥ بشان الإذاعة المصرية :</u>

رأت وزارة الإرشاد القومي أن القانون رقم ٩٨ لسنة ١٩٤٩ في شأن تنظيم الإذاعة منذ صدوره في ٢٣ يوليو ١٩٤٩ يحتاج إلي نظر في بعض نصوصه ليساير حركة التطور السريعة في الإذاعة فقامت بوضع مشروع قانون جديد لتنظيم الإذاعة صدر في ٧ ديسمبر ١٩٥٥ تحت رقم ٥٩٢ وأهم ما تناوله هذا القانون :

✓ <u>نصت المادة الأولي منه علي : -</u>

- أن الإذاعة المصرية هيئة عامة ذات شخصية اعتبارية تتبع وزارة الإرشاد القومي وتختص بتنظيم شئون الإذاعة في جمهورية مصر وإدارة جميع المحطات التي بها وعدت الأعمال التي تقوم بها وعلي الأخص :-
- إنشاء استديوهات في أي بلد من بلاد الجمهورية.
- الاتفاق مع محطات الإذاعة الأجنبية علي تبادل الإذاعات معها.
- نشر المجالات والصحف والكتب والمطبوعات الخاصة بما يتم إذاعته من أحاديث أو أغان أو غيرها أو الخاصة بشئون الإذاعة.
- جمع الأخبار الداخلية والخارجية وإذاعتها والتعليق عليها
- بيع منتجات الإذاعة من أشرطة مسجلة واسطوانات ومطبوعات موسيقية أو ثقافية أو غير ذلك.
- إنشاء أقسام تدريبية للموظفين والفنيين بالإذاعة لتزويده بالجديد في الفن الإذاعي أولا بأول وصقل مواهب الفنانين المبتدئين وإكمال

استعداداتهم.

- إرسال بعثات للخارج.
- تكوين فرق موسيقية وغنائية وتمثيلية تكون تابعة لهيئة الإذاعة.

✓ نصت المادة الثانية منه علي : –

– أن تكون الإذاعة باللغة العربية ويجوز أن تؤدي إذاعات إضافية باللغات الأجنبية التي يعينها مجلس الإدارة.

✓ نصت المادة الثانية منه علي : –

- أن يكون للإذاعة مجلس إدارة يؤلف علي الوجه الآتي :

وزير الإرشاد القومي الأستاذ / فتحي رضوان.
الوكيل الدائم لوزارة الإرشاد القومي الدكتور / حسين فوزي
مدير عام الإذاعة الأستاذ / محمد أمين حماد
مدير عام مصلحة الفنون بوزارة الإرشاد القومى (الأستاذ / يحيى حقي)
مدير عام مصلحة الاستعلامات (بكباشي / عبد القادر حاتم)
وكيل الإذاعة للشئون الهندسية (مهندس / صلاح عامر)
أستاذ بإحدى الجامعات المصرية أستاذ بالجامعة الأزهرية.

✓ ونصت المادة ٥ علي أن :

يجتمع مجلس الإدارة مرة علي الأقل كل شهر بدعوة من الرئيس وعليه أن يدعوه كلما تطلب الأمر بدعوة من مدير الإذاعة أو ثلاثة أعضاء من المجلس ولا تكون الاجتماعات صحيحة إلا إذا حضرها الرئيس وخمسة أعضاء علي الأقل وتصدر القرارات بأغلبية أصوات الحاضرين فإذا تساوت رجح الجانب الذي منه الرئيس.

✓ كما نصت باقي مواد القانون علي :

- مدير الإذاعة يعين بقرار من مجلس الوزراء بناء علي عرض وزير الإرشاد القومي.
- موارد الصرف علي الإذاعة وميزانيتها.

- موارد إعانة الحكومة سنويا في البنك الذي يختاره مجلس الإدارة وتوافق عليه وزارة المالية والاقتصاد.

وفي ١٤ ديسمبر ١٩٥٥ وافق مجلس الوزراء علي تعيين السادة الآتية أسماؤهم أعضاء بمجلس إدارة الإذاعة وهم :

الدكتور سليمان حزين مدير جامعة أسيوط

الشيخ محمد عبد الله دراز عضو جامعة كبار العلماء والأستاذ بكلية أصول الدين

الأستاذ محمد فكري أباظة النقيب السابق للصحفيين

الأستاذ / محمد فتحي المستشار السابق ورئيس معهد الموسيقي العربية

الأستاذ / توفيق الحكيم مدير عام دار الكتب

الدكتور محمود أحمد الحفني مراقب عام الموسيقي بوزارة التربية والتعليم سابقا

السيدة إحسان عابد عميدة المعهد العالي للخدمة الاجتماعية للفتيات

وذلك تطبيقا للفقرة الأخيرة من المادة ٣ من القانون رقم ٥٩٢ لسنة ١٩٥٥

٢- القرار الجمهوري رقم ١٨٣ لسنة ١٩٥٨بإلحاق هيئة الإذاعة برئاسة الجمهورية:

اقتضت التنظيمات أن ينتقل الإشراف علي الإذاعة من وزارة الإرشاد القومي إلي رئاسة الجمهورية فصدر قرار رئيس الجمهورية رقم ١٨٣ لسنة ١٩٥٨ في ١٥ فبراير ١٩٥٨ وأهم ما نص عليه :

- الإذاعة مؤسسة عامة ذات شخصية اعتبارية وتلحق برئاسة الجمهورية
- يكون للإذاعة المصرية مجلس إدارة يصدر بتعيين رئيسه وأعضائه وتحديد عددهم تحديد مرتباتهم ومكافآتهم قرار من رئيس الجمهورية ويكون تعيينهم لمدة ثلاث سنوات ويجوز إعادة تعيينهم.
- يعين رئيس الجمهورية مديراً عاماً للإذاعة المصرية.
- يستمر النظام المعمول به بالإذاعة المصرية حالية ساريا طبقا لأحكام القانون ٥٩٢ لسنة ١٩٥٥ فيما لا يتعارض مع أحكام هذا القرار ومع القانون ٣٢ لسنة ١٩٥٧ في المؤسسات العامة.

تكوين مجلس إدارة الاذاعة برئاسة وزير شئون رئاسة الجمهورية : -

وفي ٢٥ يونيه ١٩٥٨ صدر قرار رئيس مجلس الجمهورية العربية المتحدة رقم ٦٩٦ لسنة ١٩٥٨ بتشكيل مجلس إدارة الإذاعة المصرية علي النحو التالي :

السيد / علي صبري وزير شئون رئاسة الجمهورية رئيسا

السيد / محمد عبد القادر حاتم مستشار رئيس الجمهورية

السيد / الشيخ محمود شلتوت وكيل جامعة الأزهر

السيد / محمد أمين حماد مدير الإذاعة بالإقليم المصري

السيد / يحي الشهابي مدير الإذاعة بالإقليم السوري

السيد / د. عز الدين فريد عميد كلية الآداب جامعة القاهرة

السيد / أمجد الطرابلسي بجامعة دمشق

أعضاء

السيد / سعد عفره مدير مصلحة الاستعلامات

السيد / فؤاد الشايب مدير مديرية الدعاية والنباء بالإقليم السوري

السيد المهندس / همام محمد محمود الأستاذ بكلية الهندسة بجامعة القاهرة

السيد / عبد الحميد عبد الرحمن نقيب الموسيقين

وذلك تطبيقا المادة الثانية من القانون رقم ١٨٣ لسنة ١٩٥٨.

وتتابعت القوانين بشأن تنظيم الإذاعة بأمر رئيس الجمهورية العربية المتحدة القرار رقم ١٣٦١ لسنة ١٩٥٨ في ٢١ اكتوبر ١٩٥٨ بإصدار لائحة النظام الداخلي للإذاعة محدد اختصاصات مجلس الإدارة وأسلوب عمله.

٣- القرار الجمهوري رقم ٧١٧ لسنة ١٩٥٩الصادر في ٥ مايو سنة ١٩٥٩ :

بإدماج الإذاعتين المصرية والسورية في إذاعة واحدة يطلق عليها إذاعة الجمهورية العربية المتحدة :-

بعد قيام الوحدة بين مصر وسوريا في ٢٢ فبراير ١٩٥٨ كان لابد من إدماج كل من الإذاعة المصرية والإذاعة السورية في إذاعة واحدة تحقيقا عملياً للوحدة وتنفيذاً للسياسة العامة للدولة لذا فلقد صدر القانون رقم ٧١٧

لسنة ١٩٥٩ في ٥ مايو ١٩٥٩ بتنظيم الإذاعة نص علي :

- إدماج كل من الإذاعة المصرية والمديرية العامة للإذاعة السورية في مؤسسة واحدة يطلق عليها " إذاعة الجمهورية العربية المتحدة " وتلحق برئاسة الجمهورية.
- تقوم هذه الهيئة بتطوير ثقافة الشعب وتنشيط النواحي الفنية فيه .....الخ
- الإذاعة باللغة العربية واللغات الأجنبية التي يعينها مجلس الإدارة
- لإذاعة الجمهورية العربية المتحدة هيئتين تنفيذيتين في كل من الإقليم المصري والإقليم السوري في حين لكل منهما مدير بقرار من رئيس الجمهورية.
- يكون لإذاعة الجمهورية العربية مجلس إدارة يشكل بقرار من رئيس الجمهورية

وقد صدر القرار الحمهوري رقم ٧١٨ لسنة ١٩٥٩ بتاريخ ٥ مايو ١٩٥٩ بتشكيل مجلس إدارة إذاعة الجمهورية العربية المتحدة علي النحو التالي :

السيد / محمد عبد القادر حاتم نائب وزير شئون رياسة الجمهورية

السيد / محمد أمين حماد مدير الإذاعة بالإقليم المصري

السيد / يحيي الشهابي مدير الإذاعة بالإقليم السوري

السيد / الدكتور عز الدين فريد عميد كلية الآداب بجامعة القاهرة

السيد / سعد عفره مدير عام مصلحة الاستعلامات

السيد / فؤاد الشايب مدير مديرية الدعاية والأنباء بالإقليم السوري

المهندس / همام محمد محمود الأستاذ بكلية الهندسة بجامعة القاهرة

السيد / عبد الوهاب حموده الأستاذ بكلية الآداب " سابقا"

السيد / عبد الحميد عبد الرحمن نقيب الموسيقين

وفي ٢٩ يونيه ١٩٥٩ صدر قرار رئيس مجلس إدارة إذاعة الجمهورية العربية المتحدة رقم ٢ لسنة ١٩٥٩ بتنظيم الإذاعة على النحو التالي :

مادة ١:-

أولا : تنشأ بهيئة إذاعة الجمهورية العربية المتحدة إدارة يطلق عليها " الإدارة العامة للتخطيط والإرسال " وتقوم علي رسم السياسة العامة

للمشروعات الهندسية بالنسبة للإذاعتين الصوتية والمرئية (التليفزيون) بإقليمي الجمهورية.

وتتكون هذه الإدارة من :

(أ) إدارة الإرسال :

وتشمل المحطات الرئيسية والفرعية بإقليمي الجمهورية وتختص بالأعمال الخاصة بالموجات والهوائيات وملحقاتها وصيانتها.

(ب) إدارة البحوث والمشروعات الهندسية وتنفيذها.

ثانيا : تنشأ بالهيئة إدارة عامة للإذاعة المرئية (التليفزيون) :

وتختص بشئون هذه الإذاعة في إقليم الجمهورية ويصدر بتنظيمها قرار من مجلس إدارة الهيئة أو رئيسه.

مادة ٢ : -

تنظيم كل من الهيئتين التنفيذيتين بالإقليمين الشمالي والجنوبي بالإضافة إلي ما تقدم بحيث كل منهما إدارات عامة للبرامج والتشغيل والإدارة المالية علي الوجه الآتي :

(أ) الإدارة العامة للتشغيل :

وتختص بإعداد وتسجيل وإذاعة البرامج التي تنشأ داخل أو خارج الإذاعة ومراقبة ضبط الصوت لجميع البرامج قبل توزيعها علي مراكز الإرسال سلكيا ولا سلكيا.

(ب) الإدارة العامة للبرامج وتختص بإعداد وتنفيذ كافة مواد البرامج

(جـ) الإدارة العامة للإدارة والمالية :

وتختص بكافة الشئون الإدارية والمالية

ويكون لمدير كل من الهيئتين التنفيذيتين كل فيما يخصه وضع القواعد الخاصة بتقسيم هذه الإدارات إلي شعب ومراقبات وإدارات وتنظيم العمل بها وفقا لما يقتضيه صالح العمل.

مادة ٣ :-

يكون لكل من مديري الهيئة مكتب يلحق به :

١-مراقبة الشئون السياسية

٢- المكتب الفني
٣-مراقبة الشئون القانونية
٤- إدارة التنسيق
٥- إدارة الشئون العامة

وفي ٤ أغسطس ١٩٥٩ صدر قرار رئيس الجمهورية رقم ١٣٧٩ لسنة ١٩٥٩ بتحديد مكافآت مجلس إدارة هيئة الإذاعة ومصروفات الانتقال وبدل السفر.

٤- القرار الجمهوري رقم ١٨١٤ لسنة ١٩٦١ :-

اعتبار إذاعة الجمهورية العربية المتحدة من المؤسسات ذات الطابع الاقتصادي :

- في ٢٩ نوفمبر ١٩٦١ صدر القرار الجمهوري رقم ١٨١٤ لسنة ١٩٦١ باعتبار إذاعة الجمهورية العربية المتحدة من المؤسسات العامة ذات الطابع الاقتصادي في ممارستها للنشاط التجاري والصناعي نص في مادته الأولي علي أن تعتبر إذاعة الجمهورية العربية المتحدة في ممارسة النشاط التجاري والصناعي من المؤسسات العامة ذات الطابع الاقتصادي وتسري عليها أحكام القانون رقم ٢٦٥ لسنة ١٩٦٠ بتنظيم المؤسسات العامة ذات الطابع الاقتصادي.
- وفي ٢٩ نوفمبر ١٩٦١ صدر أيضا قرار رئيس الجمهورية رقم ١٨١٥ لسنة ١٩٦١ بتعديل بعض أحكام القرار رقم ٧١٧ لسنة ١٩٥٩ بتنظيم إذاعة الجمهورية العربية المتحدة.

مادة ١-

يضاف إلي المادة (١) من قرار رئيس الجمهورية رقم ٧١٧ لسنة ١٩٥٩ فقرة جديدة نصها كالآتي :

" تتولي المؤسسة كل ما يتعلق بشئون الإذاعة والتلفزيون بما في ذلك إنشاء الصناعات المرتبطة بأغراضها والمساهمة فيها والإشراف عليها "

مادة ٢-

يضاف إلي المادة (٣) من قرار رئيس الجمهورية رقم ٧١٧ لسنة ١٩٥٩

فقرة جديدة نصها كالآتي :

" ممارسة أوجه النشاط الصناعي والتجاري اللازمة لتحقيق أغراضها ولها في سبيل ذلك : "

١- إنشاء صناعات الراديو والتلفزيون وغيرها من الصناعات المماثلة وذلك بنفسها أو بواسطة شركات تنشئها أو تمتلكها أو تساهم فيها.

٢- مباشرة التوزيع التجاري لانتاج الصناعات المتقدمة بما في ذلك ما تحصل عليه من إنتاج غيرها وذلك بنفسها أو بواسطة غيرها وبالشروط التي يحددها مجلس الإدارة.

٣- إذاعة الإعلانات التجارية بالراديو والتليفزيون

مادة ٣- يعدل البند (ب) من المادة الرابعة من القرار ٧١٧ لسنة ١٩٥٩ علي النحو التالي :

(ب) إنشاء استوديوهات وإنشاء أي صناعة مما يدخل في أغراضها وذلك بنفسها أو عن طريق شركات تنشئها أو تمتلكها أو تساهم فيها.

- في ١٦ ديسمبر سنة ١٩٦١ فصلت النواحي الهندسية عن باقي أقسام الإذاعة والتلفزيون وذلك بصدور قرار رئيس الجمهورية رقم ١٨٩٩ لسنة ١٩٦١ بإنشاء المجلس الأعلى للمؤسسات العامة والملحق به بيان بالمؤسسات والشركات التابعة لكل.

وورد به المؤسسات التابعة للسيد وزير الدولة ومنها المؤسسة المصرية العامة للإذاعة والتلفزيون.

- ثم صدر قرار رئيس الجمهورية رقم ٥٢٨ لسنة ١٩٦٢ في ٣٠ يناير ١٩٦٢ بتعين السيد المهندس صلاح عامر مديرا للمؤسسة المصرية العامة للإذاعة والتليفزيون وفي ٣٠ يناير ١٩٦٢ صدر أيضا القرار الجمهوري رقم ٥٣١ لسنة ١٩٦٢ وذلك بتشكيل مجلس إدارة المؤسسة المذكورة علي النحو التالي :

الوزير المختص بشئون الإذاعة (الدكتور محمد عبد القادر حاتم) رئيسا

مدير هيئة الإذاعة (الأستاذ محمد أمين حماد)

مدير المؤسسة (المهندس صرح عامر)

أعضاء

رئيس مجلس إدارة شركة النصر للتلفزيون

ثلاثة أعضاء يعينهم الوزير المختص بالإذاعة

- ☒ وقد صدر قرار رئيس الجمهورية الخاص بربط ميزانية الدولـة رقـم ٢٠٢٣ لسنة ١٩٦٢ المتضمن ميزانية هيئـة الإذاعـة للـسنة الماليـة ١٩٦٣/٦٢ خالية من جميع الاعتمادات المخصصة للمشروعات الهندسية والصيانة لنقلها إلي المؤسسة المصرية العامة للإذاعة والتلفزيون التـي أصبحت هي المسئولة عن الأعمـال الهندسـية وصـيانة المحطـات والاستوديوهات الخاصة بهيئة الإذاعة وبإنشاء المؤسسة المصرية العامة للإذاعة والتليفزيون ذات الطابع الاقتصادي لهيئة الإذاعة.ثم صدر القرار رقم ٤٨ لسنة ١٩٦٣ بتنظيم المؤسسة المصرية العامة للسينما والإذاعة والتليفزيون حيث نصت المادة الأولي علي دمج المؤسـسة المـصرية العامة للسينما في المؤسسة المصرية العامة للإذاعة والتليفزيون واعتبار السينما من المؤسسات ذات الطابع الاقتصادي وتخضع لوزارة الثقافـة والإرشاد القومي.

٥- <u>القرار الجمهوري رقم ٧٦ لسنة ١٩٦٦ :-</u>

بإنشاء إذاعة الجمهورية العربية المتحدة كهيئة عامة :

وفي ٣ يناير ١٩٦٦ صدر قرار رئيس الجمهورية العربية المتحدة رقم ٧٦ لسنة ١٩٦٦ بتنظيم وزارة الإرشاد القومي تصدي مادته الأولي (ثانيـا) علي أن تتبع وزارة الإرشاد القومي الهيئتان العامتان الآتيتان :

١- إذاعة الجمهورية العربية المتحدة.

٢- تليفزيون الجمهورية العربية المتحدة

كما نص في مادته السادسة علي أن يتولي وزيـر الإرشـاد القـومي اختصاصات مجلس إدارة هيئة الإذاعة لحين تشكيل مجلس إدراة للهيئة.

٦- <u>قرار رئيس الجمهورية رقم ٧٨ لسنة١٩٦٦ الصادر في ٣ يناير سـنة ١٩٦٦ بتنظيم إذاعة الجمهورية العربية المتحدة</u>

في ٣ يناير ١٩٦٦ صدر قرار رئيس الجمهورية العربية المتحدة رقـم

٧٨ لسنة ١٩٦٦ بتنظيم إذاعة الجمهورية العربية المتحدة علـــي النحـــو التالي :

هيئة الإذاعة ونظامها القانوني :

- تنشأ هيئة عامة مركزها القاهرة تسمي " إذاعة الجمهوريـــة العربيـــة المتحدة ويكون لها الشخصية الاعتبارية وتتبع وزير الإرشاد القـــومي وتخضع لإشرافه ورقابته وتوجيهه وتلحق ميزانيتها بالميزانية العامـــة للدولة.
- يكون للهيئة ميزانية خاصة وتتكون مواردها من حصيلة رسم أجهـــزة الاستقبال وغلة أموالها وأثمان ما تبيعه مـــن مـــصنفاتها ومنتجاتهـــا ومطبوعاتها ومن الإعلانات التي تمنحها لها الدولـــة وغيرهـــا مـــن الإيرادات الأخرى.
- تودع الحكومة لحساب الهيئة في البنك الذي يختاره رئـــيس مجلـــس الإدارة – وتوافق عليه الحكومة – الإعانة السنوية التي تقررها لهـــا الدولة وكذلك حصيلة رخص أجهزة الاستقبال وغيرها مـــن مـــوارد الهيئة.
- تظل النظم والقواعد المعمول بها في هيئة الإذاعـــة ســـارية بمـــا لا يتعارض مع أحكام هذا القرار إلي أن تصدر اللوائح الخاصة بالهيئة.

❖ حددت المادة الثانية من القرار الجمهوري رقـــم ٧٨ لـــسنة ١٩٦٦ اختصاصات الإذاعة الصوتية بأنها تتولي تنفيذ مـــسئوليات وزارة الإرشـــاد القومي عن طريق الإذاعة الصوتي ولها في سبيا ما يأتي :

(١)تنوير الرأي العام بالأنباء الداخلية والخارجية وإيقافـــه عبـــي مختلـــف التيارات العالمية.

(٢) موالاة استطلاع رغبات المستمعين وتطلعات المجتمع لتطوير البرامج وتطويعاها لخدمة الشعب.

(٣)تقديم الإذاعة بشتي اللغات لعريف الشعوب بأمجاد بلدنا ومنجزات ثورتنا وعدالة مبادئنا.

(٤)تشجيع الهوايات وتنمية المواهب وتقديم جيل مـــن الفنـــون والفنـــانين

المدربين علي الخدمات الإذاعية المتطورة

(٥) السعي إلي تبادل المنح والبعثات والخدمات والبرامج الإذاعية مع سائر الدول.

(٦) إصدار المجلات والنشرات الكتابية بما يتفق وأهداف الإذاعة.

(٧) تقديم الحفلات المختلفة والبرامج الترفيهية

(٨) معاونة قوي الشعب العامل في التعرف علي حقوقهم وواجباتهم عن طريق الإسهام الجدي في رفع كفايتهم الفكرية والفنية.

(٩) تركيز الجهود لمواجهة مشكلة تزايد السكان عن طريق التوعية والإرشاد بالتعاون مع باقي الجهات

(١٠) تقديم الخدمات الإذاعية والإعلامية في مجالات الإعلام الصحي والزراعي والخدمات المتعلقة بتوفير الاحتياجات الأساسية للشعب وتحسين مستوي الخدمة والاستجابة السريعة لمشاكل الجماهير اليومية ومعاونتهم علي حل مشاكلهم

(١١) شرح السياسة الداخلية والخارجية للرأي العام العالمي وتزويده بالبيانات والمعلومات عن الجمهورية العربية المتحدة.

تشكيل مجلس الإدارة :

- يشكل مجلس إدارة الهيئة علي الوجه الآتي :

(أ) رئيس مجلس الإدارة – ويصدر بتعيينه وتحديد مكافأته قرار من رئيس الجمهورية

(ب) رئيس إدارة الفتوي والتشريع المختصة بمجلس الدولة.

(ت) ستة أعضاء يصدر وزير الإرشاد القومي قراراً بتعيينهم لمدة ثلاث سنوات قابلة للتجديد.

❖ اختصاصات مجلس الإدارة :

- مجلس إدارة الهيئة هو السلطة المهيمنة علي شئونها وتصريف أمورها ووضع السياسة التي تسير عليها وله أن يتخذ من القرارات ما يراه لازما لتحقيق الغرض الذي قامت من أجله وله علي الأخص :

١- وضع القرارات واللوائح الدخلية والقرارات المتعلقة بالشئون المالية

والادارية والفنية للهيئة وذلك دون التقيد بالقواعد الحكومية.

٢- وضع القرارات المتعلقة بتعيين العاملين بالهيئة وترقيتهم ونقلهم وفصلهم وتحديد مرتباتهم ومكافآتهم ومعاشاتهم
٣- الموافقة علي مشروع الميزانية السنوية للهيئة
٤- اقتراح عقد القروض لصالح الهيئة
٥- اقتراح الرسوم والتعريفات وتحديد الأجور لأنواع الخدمات التي تقوم بها الهيئة
٦- قبول الهبات التي ترد للهيئة من الجهات المختلفة.
٧- النظر في كل ما يري وزير الإرشاد القومي أو رئيس المجلس عرضه من مسائل تدخل في اختصاصات الهيئة.

ويجوز لمجلس الإدارة أن يشكل من بين أعضائه لجنة أو أكثر يعهد إليها ببعض اختصاصاته وللمجلس أن يفوض أحد أعضائه أو أحد المديرين بالهيئة في القيام بمهمة محددة.

❖ <u>اختصاصات رئيس مجلس الإدارة :</u>

يتولي رئيس مجلس إدارة الهيئة إدارتها وتصريف شئونها ويمثل علاقتها بالأشخاص الأخري وأمام القضاء – ويكون مسئولا عن تنفيذ السياسة العامة الموضوعية لتحقيق أغراض الهيئة وله أن يفوض مديرا أو أكثر في بعض اختصاصاته.

✓ قرار وزير الإرشاد القومي رقم ١٠٦٩ لسنة ١٩٦٩ بتشكيل المجلس الاستشاري الأعلي لإذاعة وتليفزيون ج.ع.م.

<u>٧- تعيين أول رئيس لمجلس إدارة إذاعة الجمهورية العربية المتحدة في عهدها الجديد :</u>

✓ وفي ٢ مايو ١٩٦٦ صدر قرار رئيس الجمهورية العربية المتحدة رقم ١٦٦٨ لسنة ١٩٦٦ بتعيين الأستاذ عبد الحميد فهمي الحديدي رئيسا لمجلس إدارة هيئة إذاعة الجمهورية العربية المتحدة وفي نفس التاريخ صدر قرار رئيس الجمهورية العربية المتحدة رقم ١٦٦٧ لسنة ١٩٦٦ بتعيين السيد الأستاذ محمد أمين حماد رئيسا لمجلس إدارة هيئة تليفزيون

الجمهورية العربية المتحدة.واعتباراً من أول يوليو ١٩٦٦ بدء السنة المالية ١٩٦٧/٦٦ تم الفصل الفعلي لكل من هيئة إذاعة الجمهورية العربية المتحدة وهيئة تليفزيون الجمهورية العربية المتحدة وأصبح لكل منهما ميزانية مستقلة.

٨- القرار الجمهوري رقم ٦٢ لسنة ١٩٧٠ إنشاء اتحاد الإذاعة والتلفزيون الصادر في ١٣ أغسطس سنة ١٩٧٠:

لم يتحقق الهدف من اعتبار الإذاعة والتلفزيون هيئة عامة تتمتع بنوع من الاستقلال الذاتي فالهيئة تخضع خضوعاً مباشرا لوزير الإرشاد القومي فهي مجرد جهاز منفذ للسياسة التي يقررها الوزير وباستثناء رئيس الهيئة الذي يعين بقرار جمهوري فإن الوزير هو الذي يعين أعضاء مجلس الإدارة وتخضع قرارات مجلس الإدارة لتصديقة.

ومن الناحية الواقعية لم تشكل مجالس إدارة لهذه الهيئة وظلت في الواقع أشبه بالمصالح الحكومية تدار مباشرة من الوزير.

وزاد من هذا الاضطراب فصل كل ما يتعلق بالمستوي الفني والمهني للإذاعة والتلفزيون واعتباره ضمن مؤسسة عامة مستقلة عن كل من هيئتي الإذاعة والتليفزيون.

وأثبتت التجربة الحاجة إلي تنظيم أجهزة الخدمات الإعلامية والفنية والتجارية والتنسيق فيما بينها لتؤدي الرسالة الإعلامية بكفاءة

وزادت الحاجة إلي هذا التنظيم بعد أن فرضت أحداث ٥ يونيو ١٩٦٧ مهاماً أخري في تعبئة الجماهير وتزويدها بالحقائق.

ومن ثم فقد صدر القرار بقانون رقم ٦٢ لسنة ١٩٧٠ بإنشاء اتحاد الإذاعة والتليفزيون والذي يقدم صيغة مستحدثة لمؤسسات الدولة المستقلة التي ليست مصلحة حكومية ولا هيئة عامة ولا مؤسسات عامة.

تنص المادة الأولي علي إنشاء اتحاد للإذاعة والتليفزيون تكون له الشخصية الاعتبارية ومركزه مدينة القاهرة.

ونصت المادة الثلاثين علي أن تؤول إلي الإتحاد أموال وممتلكات وحقوق المؤسسة المصرية العامة للهندسة الإذاعية والشركات التابعة لها

وإذاعة الجمهورية العربية المتحدة ويحل الاتحاد محل هذه الجهات فيما عليها من التزامات.

القانون رقم ٦٢ لسنة ١٩٧٠ بإنشاء اتحاد الإذاعة والتليفزيون:

ويحقق هذا القانون عدة مميزات للإذاعة والتليفزيون منها ما يلي :

١- يحقق القانون أكبر قدر من الاستقلال في قيام الاتحاد بمسئولياته : فلقد كانت النظم السابقة للإذاعة والتلفزيون تعطى لوزير الإرشاد القومي سلطة وصاية كاملة علي هذه الأجهزة فلا تنفذ قرارات مجلس الإدارة إلا بعد اعتمادها من الوزير.

بينما تنص المادة الرابعة من القانون رقم ٦٢ لسنة ١٩٧٠ علي أن يكون للاتحاد مجلس الأمناء ومجلس للمديرين وعدد من القطاعات الرئيسية يقرره مجلس الأمناء ويتولي مجلس الأمناء الاختصاصات التي كانت مقررة للوزير في الإشراف والرقابة وفي وضع السياسة العامة.

لقد ضيقت هذه المواد الوصاية الإدارة التي كانت مقررة لوزير الإرشاد القومي علي هيئتي الإذاعة والتليفزيون ومؤسسة الهندسة الإذاعية حيث نقلت اختصاصات الإشراف المقررة علي هذه الجهات إلي مجلس الأمناء.

كما يتمثل هذا الاستقلال في أن مجلس الأمناء هو الذي يضع لوائح الاتحاد ونظمه وميزانيته فيما عدا للائحة التنفيذية للقانون فيصدر بها قرار جمهوري وأن أعضائه يعينون بقرار جمهوري بناء علي اقتراح وزير الإرشاد القومي بالاتفاق مع رئيس مجلس الأمناء.

٢- وثاني مميزات هذا القانون تحقيق مبدأ الالتزام : فلقد نص القانون في مادته الثامنة علي ربط التزام مجلس الأمناء بالسياسة العامة للإعلام التي ترسمها القيادة السياسة العليا والتي يبلغها إليه وزير الإرشاد القومي ويقوم مجلس الأمناء بوضع الخطط المتعلقة بتنفيذ هذه السياسة في قطاعات الاتحاد مع الرقابة والتنسيق بينها وتقييم أدائها لمهمتها كذلك يتمثل مبدأ الالتزام عن طريق إصدار الوزير ما يراه مناسباً من قرارات في حالات الضرورة العاجلة علي أن تعرض علي مجلس

الأمناء في أول اجتماع له.

٣- <u>وثالث مميزات هذا القانون إعطائه الاتحاد أكبر قدر من المرونة</u> يمكنه من الانطلاق نحو تحقيق أهدافه في إطار المصلحة القومية ودعما لأجهزته وفق أساليب التطبيق العلمي الحديث كما أجاز القانون للاتحاد تأسيس شركات مساهمة وأن تقوم علاقته بأجهزة الدولة علي أساس الحصول علي مقابل للخدمات التي يقدمها توصلا إلي تحقيق توازن بين موارده وبين مصروفاته

٤- <u>ورابع المميزات التي يحققها هذا القانون تطبيق نظام اللامركزية في التنفيذ</u> مع الاحتفاظ بمركزية التخطيط التي لم يلغها وجود مجلس الأمناء حيث تقرر أن يكون لكل قطاع من قطاعات الاتحاد ميزانيته الخاصة التي يمكن عن طريقها الحكم علي نتيجة نشاطه وتحديد مسئوليته وإدارته.

✓ وفي ١٣ أغسطس ١٩٧٠ أصدر الرئيس جمال عبد الناصر القرار رقم ١٤٣٠ لسنة ١٩٧٠ بتعيين الدكتور مصطفي خليل رئيسا لمجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتليفزيون.

ثانيا اعتراض دستوري علي إصدار القانون رقم ٦٢ لسنة ١٩٧٠:

ولم يمض علي هذا القانون بضعة أشهر حتي ثار اعتراض دستوري فلقد كانت المادة ١٩١٩ من الدستور ١٩٦٤ تنص علي أنه إذا حدث فيما بين أدوار انعقاد مجلس الأمة أو فترة حله ما يوجب الإسراع في اتخاذ تدابير لا تحتمل التأخير جاز لرئيس الجمهورية أن يصدر في شأنها قرارات تكون لها قرة القانون ويجب عرضها علي مجلس الأمة خلال خمسة عشرة يوماً من تاريخ صدورها إذا كان المجلس قائماً وفي أول اجتماع له في حالة الحل فإذا لم تعرض زال بأثر رجعي ما كان لها من قوة القانون بغير حاجة إلي إصدار قرار بذلك.

وأثير اعتراض دستوري شأن عدم عرض هذا القرار بقانون علي مجلس الأمة وقتئذ خلال خمسة عشرة يوماً من تاريخ صدوره في ١٣ أغسطس ١٩٧٠ فأعدت وزارة الإعلام مشروع قانون جديد لعرضه علي المجلس وصدر به القانون رقم ١ لسنة ١٩٧١ في أول مارس ١٩٧١ وعمل

به في مارس ١٩٧١ تاريخ نشره في الجريدة الرسمية.

٩- القرار الجمهوري رقم ١ لسنة ١٩٧١ بإنشاء اتحاد الإذاعة والتليفزيون :

نصت المادة الأولي من القانون الذكور علي إنشاء هيئة تسمي " اتحاد الإذاعة والتلفزيون " وتتولي شـئون الإذاعـة المـسموعة والمرئيـة فـي الجمهورية العربية المتحدة وتكون لها الشخصية الاعتبارية – ويلاحـظ أن هذه المادة لم تصف الاتحاد بأنه بل يعتبر هيئة عامة من نوع خاص.

كما تنص المادة المذكورة تبعية الاتحاد لوزير الإعلام بينمـا تـنص أحكام القانون ٦٢ لسنة ١٩٧٠ علي هذه التبعية صراحة.

١- علاقة وزير الإعلام باتحاد الإذاعة والتليفزيون :

وتتضح علاقة وزير الإعلام باتحاد الإذاعة والتلفزيون في القانون الجديد رقم ١ لسنة ١٩٧١ في النواحي التالية :

- تنص المادة الخامسة علي رئاسة وزير الإعلام للمجلس الأعلى للاتحاد.
- تنص المادة ١١ أن الوزير يقترح علي رئيس الجمهورية تعيين رئـيس الاتحاد ورؤساء القطاعات.
- ويقترح علي رئيس الجمهورية تشكيل المجلس الأعلى لاتحاد الإذاعـة والتليفزيون.
- ويعين الأعضاء المنضمين إلي مجلس المديرين ويحدد مكافآتهم بنـاء علي اقتراح رئيس الاتحاد.
- ويبلغ المجلس الأعلى للاتحاد السياسة العامة للإعـلام الإذاعـي وفـق توجيهات القيادات السياسة.
- ولوزير الإعلام في حالات الضرورة العاجلة إصدار ما يراه مناسبا من قرارات مما يختص بإصدارها المجلس الأعلى أو مجلس المديرين علي أن تعرض بعد ذلك علي المجلس المختص لإبداء الـرأي فيهـا خـلال أسبوعين من تاريخ صدورها.
- وهنا نجد أن اتحاد الإذاعة والتليفزيون رغم ما يتمتع به مـن اسـتقلال إداري إلا أنه يتبع لتوجيه الدولة وسيطرتها من خلال تبعيتـه لـوزير الإعلام.

مميزات القانون رقم ١ لسنة ١٩٧١ :

حقق هذا القانون الارتباط والتنسيق بين جهات العمل الثلاث : الإذاعة، التليفزيون والمؤسسة المصرية العامة للهندسية الإذاعية حيث قرر ما يلي :

- إلغاء التنظيمات الفاصلة بين الإذاعة والتليفزيون والهندسة الإذاعية بإلغائه قرارات رئيس الجمهورية رقم ٧٧ لسنة ١٩٦٦ بتنظيم المؤسسة المصرية العامة للهندسة الإذاعية ورقم ٧٨ لسنة ١٩٦٦ بتنظيم إذاعة الجمهورية العربية المتحدة ورقم ٧٩ لسنة ١٩٦٦ بتنظيم تليفزيون الجمهورية العربية المتحدة كما ألغي جميع الأحكام المخالفة لهذا القانون (مادة ٣١).
- انتقال أموال وممتلكات وحقوق المؤسسة المصرية العامة للهندسة الإذاعية والشركات التابعة لها وإذاعة الجمهورية العربية المتحدة وتلفزيون الجمهورية العربية المتحدة للاتحاد الذي يحل محلها فيما عليها من التزامات (مادة ٢٩)
- نقل جميع العاملين في الجهات الملغاة إلي الاتحاد بأوضاعهم ومرتباتهم والمميزات الأخري المقررة لهم حاليا (نفس المادة السابقة) وأجاز وزير الإعلام خلال ثلاثة أشهر من تاريخ نشر هذا القانون أن ينقل إلي الاتحاد بالاتفاق مع رئيس الاتحاد العاملين بالوزارة الذي يتصل عملهم بنشاط قطاعات الاتحاد.

أهداف اتحاد الإذاعة والتلفزيون :

بينت المذكرة الإيضاحية دور الإذاعة كوسيلة من وسائل الإعلام تقوم بدور متميز في عالم سريع التقدم في الفن الإعلامي والتكنولوجي وحددت المادة الثانية من القانون رقم ١ لسنة ١٩٧١ أغراض الاتحاد فيما يلي :

١- الأداء الكف للخدمة الإذاعية المسموعة والمرئية وضمان توجيهها لخدمة الشعب والمصلحة القومية والتطور الاشتراكي.

٢- تطوير مفاهيم الإعلام الإذاعي وإرساء القواعد والمواهب الجديدة وتشجيع التعبير الحر الأمين.

٣- الإسهام في التعبير عن مطالب الجماهير ومشكلاتها اليومية.

٤- المحافظة علي التراث القومي ونشره.

٥- رفع مستوي الخدمات الإذاعية الموجهة للخارج وضمان تحقيقها للمصلحة العامة.

٦- النهوض بالمستوي الفني والمهني والثقافي للقائمين بالخدمات الإذاعية

٧- دعم أجهزة الإذاعة المسموعة والمرئية وفقا لأساليب التطبيق العلمي الحديث

اختصاصات اتحاد الإذاعة والتلفزيون :

منح القانون رقم ١ لسنة ١٩٧١ الاتحاد أوسع الاختصاصات لتحقيق أغراضه التقيد بالنظم والأوضاع الحكومية ونظم الهيئات العامة والمؤسسات العامة (مادة ٣)

البنيان الإداري لاتحاد الإذاعة والتلفزيون :

ونصت المادة الرابعة علي أن للاتحاد مجلس أعلي ومجلس للمديرين وعدد من القطاعات الرئيسة يصدر بها قرار من وزير الإعلام.

ثم أصدر الرئيس أنور السادات القرار الجمهوري رقم ٤٠ لسنة ١٩٧٦ في ١٩٧٦/١/١٠ بتشكيل المجلس الأعلى لاتحاد الإذاعة والتليفزيون برئاسة وزير الإعلام وعضوية كل من السادة :

- ✓ رئيس اتحاد الإذاعة والتلفزيون :

د. طعيمة الجرف

د. جميل الشرقاوي

الأستاذ أنيس منصور

الأستاذ صالح جودت

الأستاذ عبد الحميد الحديدي

الأستاذ / عبد الحميد عبد الغني

الأستاذ فوزي بركات العدل

الأستاذ حافظ عبد الوهاب

الأستاذ جلال الحمامصي

رئيس قطاع الهندسة الإذاعية

رئيس قطاع الإذاعة
رئيس قطاع التلفزيون
رئيس قطاع الشئون المالية والاقتصادية
الأمين العام والاتحاد
د. خيري عيسي عميد كلية الاقتصاد والعلوم السياسية
الأستاذة أمينة السعيد رئيس تحرير مجلة حواء
د.جمال العطيفي وكيل مجلس الشعب
الأستاذ عبد الرحمن الشرقاوي رئيس مؤسسة روز اليوسف
الأستاذ عبد المنعم الصاوي نقيب الصحفيين
الأستاذ علي حمدي الجمال رئيس تحرير جريدة الأهرام
الأستاذ محسن محمد رئيس تحرير جريدة الجمهورية
وكيل أول وزارة الإعلام
رئيس مجلس إدارة الهيئة العامة للاستعلامات

اختصاصات المجلس الأعلى لاتحاد الإذاعة والتليفزيون ومنها :

١- الموافقة علي الخطط المتعلقة بتنفيذ السياسة العامة للإعلام الإذاعي في قطاعات الاتحاد مع مراعاة التنسيق بينها والرقابة عليها في أدائها لمهمتها.٠
٢- الموافقة علي اللوائح والنظم والقواعد المتعلقة بسير العمل في قطاعات الاتحاد.
٣- الموافقة علي القواعد المنظمة للعلاقة بين الاتحاد وشركاته دون التقيد بأحكام قانون المؤسسات العامة.
٤- الموافقة علي البرامج السنوية لاستثمارات الخطة.
٥- الموافقة علي قواعد الاستعانة بالخبرات الأجنبية في مجال الإذاعة المسموعة والمرئية.
٦- إبداء الرأي في المعايير العامة لاختيار المواد والبرامج الإذاعية المسموعة والمرئية التي يتم الحصول عليها في الخارج.
٧- إبداء الرأي في أسس تقييم الأداء البرامجي والحكم علي قيمة النشاط.

٨- إبداء الرأي في القواعد التي تحكم نشاط الاتحاد ذا الصبغة التجارية.
٩- إبداء الرأي في التشريعات المتعلقة بالإذاعة المسموعة والمرئية.
١٠- تكوين اللجان الدائمة أو المؤقتة حسب مقتضيات العمل من أعضاء المجلس أو العاملين في الاتحاد أو غيرهم.
١١- كما أن للمجلس أن يفرض في ممارسة بعض اختصاصاته لجانا من بين أعضائه (مادة ٩) وأن يلحق به مكتباً فنياً للدراسات والبحوث يصدر بتشكيله قرار من رئيس المجلس (مادة ١٠).

رئيس اتحاد الإذاعة والتلفزيون :

تنص المادة ١١ علي أن يكون للاتحاد رئيسا يصدر بتعيينه وتحديد راتبه قرار جمهوري بناء علي اقتراح وزير الإعلام ويتولي رئيس الاتحاد الإشراف علي شئونه وقطاعاته المختلفة والتحقق من حسن سير العمل وتنفيذ قرار المجلس الأعلي

مجلس المديرين :

يتكون مجلس المديرين كما تنص المادة ١٢ من رئيس الاتحاد وعضوية رؤساء القطاعات.

وحددت المادة ١٣ اختصاصات مجلس المديرين في إدارة قطاعات الاتحاد وفقا للقرارات والتوصيات الصادرة من المجلس الأعلي وتحدد هذه المادة مهام المجلس بالتفصيل

١٠- القرار الجمهوري بقانون رقم ١٣ لسنة ١٩٧٩ :

صدر القانون رقم ١٣ لسنة ١٩٧٩ في شأن اتحاد الإذاعة والتليفزيون في ٢٩ مارس ١٩٧٩ وأعطي دفعة جديدة للاتحاد للعمل ومنحه مزيد من الاستقلال بما يساعد علي تحقيق أهدافه ونورد فيما يلي أهم ملامح هذا القانون الذي يعتبر أحدث قانون لتنظيم الإذاعة والتلفزيون في مصر وجري تعديل بعض أحكامه بالقانون ٣٢٣ لسنة ١٩٨٩.

١- الاتحاد هيئة عامة :

تنص المادة الولي من هذا القانون علي إنشاء هيئة عامة باسم اتحاد الإذاعة والتليفزيون تتولي شئون الإذاعة المسموعة والمرئية في جمهورية

مصر العربية وتكون هي الشخصية الاعتبارية ومركزها مدينة القاهرة.

٢- أهداف الاتحاد :

وتنص المادة الثانية علي أن الاتحاد يهدف إلي تحقيق رسالة الإعلام الإذاعي المسموع والمرئي سياسة وتخطيطا وتنفيذا في إطار السياسة العامة للمجتمع ومتطلباته الإعلامية أخذا بأحدث ما تصل إليه تطبيقات العلم الحديث وتطوراته في مجالات توظيف الإعلام المرئي والمسموع لخدمة المجتمع وبلوغ أهدافه وفي سبيل ذلك يعمل الاتحاد علي تحقيق الأغراض الآتية :

- أداء الخدمة الإذاعية المسموعة والمرئية والكفاءة المطلوبة وضمان توجيهها لخدمة الشعب والمصلحة القومية في إطار القيم والتقاليد الأصلية للشعب المصري وفقا للمبادئ التي نص عليها الدستور.
- العمل علي دعم النظام الاشتراكي الديمقراطي والوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي وصيانة كرامة الفرد وحريته وتأكيد سيادة القانون من خلال جميع الأعمال الإذاعية من مسموعة ومرئية.
- العمل علي نشر الثقافة وتضمين البرامج الجوانب التعليمية والحضارية والإنسانية وفقا للرؤية المصرية والعربية والعالمية الرفيعة لخدمة كافة فئات الشعب وتكريس برامج خاصة للطفولة والشباب والمرأة والعمال والفلاحين إسهاما في بناء الإنسان حضاريا وعملا علي تماسك الأسرة.
- تطوير الإعلام الإذاعي التلفزيوني والالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية في المواد الإذاعية.
- الإسهام في التعبير عن مطالب جماهير الشعب ومشكلاته اليومية وطرح القضايا العامة مع إتاحة الفرصة لبيان مختلف الآراء في شأنها بما فيها الاتجاهات الحزبية وعرض الجهود المبذولة لعلاجها عرضا موضوعيا
- الإعلام عن مناقشات مجلس الشعب والمجالس المحلية والالتزام بإذاعة ما تطلب الحكومة إذاعته رسميا وكل ما يتصل بالسياسات العامة للدولة والمبادئ والمصالح القومية العليا.

- الالتزام بتخصيص جانب من وقت الإرسال الإذاعي والتلفزيوني للأحزاب والسياسة أبان الانتخابات لشرح برامجها للشعب وكذلك تخصيص جانب من وقت الإرسال بصفة منتظمة لعرض الاتجاهات الفكرية الرئيسية للرأي العام..
- نشر الإرسال الإذاعي المسموع والمرئي بالكفاءة المطلوبة لتغطية جميع أنحاء الجمهورية ودعم وتطوير أجهزته وفقا للأساليب العلمية الحديثة مع الالتزام بالإدارة العلمية والاقتصادية لمختلف أجهزته ومرافقه
- تنمية المناخ الملائم لتشجيع الملكات الخلاقة والطاقات المبدعة لأفراد الشعب وإظهار وتشجيع المواهب الجديدة.
- توثيق الروابط الإذاعية مع مثيلاتها في البلاد العربية والإسلامية والأجنبية
- تطوير الخدمات الإذاعية الموجهة للخارج وضمان تحقيقها للمصلحة العليا للدولة.
- العمل علي دعم نشرات الأنباء والتغطية النشطة للأحداث المحلية والعالمية والتعليق الموضوعي عليها والاهتمام بدعم إمكانات المندوبين والمراسلين والإذاعيين في الداخل والخارج
- النهوض بالمستوي الفني والمهني للقائمين بالخدمات الإذاعية المسموعة والمرئية.

وتنص المادة الثالثة علي أن الاتحاد أن يتعاقد وان يجري جميع التصرفات والأعمال المحققة لأغراضه دون التقيد بالنظم والأوضاع الحكومية وله علي وجه الخصوص ما يلي :

- تأسيس شركات مساهمة بمفرده أو مع شركاء آخرين في المجالات المتصلة بأغراضه
- شراء الشركات أو إدماجها فيه والدخول في مشروعات مشتركة مع الجهات التي تزاول أعمالا شبيهة بأعماله أو التي قد تعاونه علي تحقيق أغراضه سواء في جمهورية مصر العربية أو خارجها.

- إنتاج المواد الفنية والإذاعية والتلفزيونية وتسويقها بالبيع أو التأجير في الداخل والخارج وفقا للشروط والأوضاع التي يراها محققة لأغرضاه
- تملك حقوق التأليف والنشر وأسماء الشهرة التجارية للمواد الإذاعية التي ينتجها أو يستخدمها ومنح الغير حق استخدامها
- استثمار أموال الاتحاد في الأوجه التي تتفق مع أغراضه
- الحصول علي التسهيلات المصرفية والائتمانية لتمويل مشروعاته الاستثمارية علي أن تحدد الحكومة الحد القصي للمديونية.
- الاحتفاظ بحصيلة إيراداته من النقد الأجنبي والتصرف فيها لواجهة احتياجاته دون التقيد بالقوانين واللوائح والأنظمة المقررة في هذا الشأن.
- إنتاج وإذاعة الإعلانات التجارية وفقا للسياسات التي يضعها في هذا الشأن بما لا يخل بالقيم أو التقاليد العامة.
- إنشاء مراكز التدريب إعداد العاملين وتنمية مهاراتهم في مختلف فروع العمل الإذاعي والتليفزيوني وتشجيع البحوث والدراسات العلمية في هذا المجال.
- التعاقد مع وكالات وشركات الأنباء العالمية.
- إصدار المطبوعات والدوريات أو المجلات التي تعبر عن رسالة اتحاد الإذاعة والتليفزيون.

٣-الوزير المختص بشئون الإذاعة والتليفزيون :

وتنص المادة الرابعة علي أن يحدد بقرار من رئيس الجمهورية الوزير المختص بشئون الإذاعة والتليفزيون.

٤- تكوين إتحاد الإذاعة والتليفزيون :

كما تنص المادة الرابعة علي أن يكون للاتحاد مجلس للأمناء ومجلس الأعضاء المنتدبين وجمعية عمومية.

٥- الاتحاد لا يتقيد باللوائح الحكومية :

تنص المادة السادسة عشرة علي ن يخضع الاتحاد في أنظمته وشئون العاملين فيه وإدارة أمواله وحساباته وسائر شئونه للأحكام المنصوص عليها

في هذا القانون واللوائح والتعليمات التي تجري عليها الحكومة.

٦- رأس مال الاتحاد :

وتنص المادة السابعة عشرة علي أن يحدد رأس مال الاتحاد بقرار رئـيس الجمهورية ويصدر وزير المالية بتشكيل لجنة تتولي :

- تقييم أصول وخصوم رأس مال الاتحاد
- تحديد مديونيات الاتحاد قبل وزارة المالية
- اقتراح اعتبار كل أو بعض المديونيات اسهاماً من الحكومـة فـي رأس مال الاتحاد.

٧- موازنة الاتحاد مستقلة :

وتنص المادة الثامنة عشرة علي أن يكون للاتحـاد موازنـة مـستقلة تصدر بقرار من رئيس الجمهورية يراعي في وضعها القواعد المتبعة فـي إعداد موازنات المشروعات الاقتصادية ويجوز أن توضع للاتحاد موازنـة استثمارية لمدة أكثر من سنة بقرار من رئيس الجمهوريـة وتحـدد المـادة التاسعة عشرة أن السنة المالية للاتحاد تبدأ من أول يناير وتنتهي في آخـر ديسمبر من كل عام وتنص المادة الحادية والعشرون علي أن يكـون لكـل قطاع موازنة داخلية تبين موارده ومصروفاته والفـائض أو العجـز فـي الإيرادات كما تحدد المادة الثانية والعشرون أنه مع عدم الإخـلال برقابـة الجهاز المركزي للمحاسبات والجمعية العمومية للاتحاد أن يعين مراقبـاً أو أكثر للحسابات من الأشخاص الطبيعيين المتمتعين بجنسية جمهورية مـصر العربية وتحدد الجمعية العمومية مكافأة المراقب وتكون له حقـوق مراقـب الحسابات في الشركات المساهمة وعليه واجباته.

وتعطي المادة الثالثة والعشرون لمجلس الأمناء أن يقرر أجراً بالفئات التي يحددها للبرامج والخدمات التي تقدم لأجهزة الدولة العامة وما يتبعها من وحدات اقتصادية وتدرج قيمة تلك الخدمات سنويا في ميزانية هذه الجهـات في أول كل عام كما تنص المادة الرابعة والعشرون علي أن تودع الحكومـة لحساب الاتحاد في البنك المركزي المصري الإعانة السنوية التي تقررها.

وتعفي الأجهزة والمعدات الهندسية وأشرطة التسجيل والاسـطوانات

والأفلام الخام والمسجل عليها التي ترد للاتحاد من الرسوم الجمركية بنـــاء علي المادة السابعة والعشرين من القانون رقم ١٣ لسنة ١٩٧٩.

٨- إلغاء القوانين السابقة :

وتنص المادة الثالثة والثلاثون علي إلغاء القانون رقم ١ لـــسنة ١٩٧١ بإنشاء اتحاد الإذاعة والتليفزيون وبإلغاء القرارات الجمهورية رقم ٧٧ لسنة ١٩٦٦ بتنظيم المؤسسة المصرية العامة للهندسة الإذاعية ورقم ٧٨ لـــسنة ١٩٦٦ بتنظيم إذاعة الجمهورية العربية المتحدة ورقـــم ٧٩ لـــسنة ١٩٦٦ بتنظيم تليفزيون الجمهورية العربية المتحدة كما يلغي كل حكم يخالف أحكام هذا القانون وتظن القواعد واللوائح المعمول بها حالياً سارية لحين صـــدور اللوائح الجديدة.

وتنص المادة الرابعة والثلاثون – علي أن يعمل بهذا القانون من تاريخ نشره ويبصم بخاتم الدولة وينفذ كقانون من قوانينها.

ثانيا : محتوي الخدمات الإذاعية في المرحلة الرابعة (٢٣يوليـــه ١٩٥٢ – ١٩٨٠/٦/٦)

كانت النظرة إلي الإذاعة في مصر قبل ثورة يوليه ١٩٥٢ نظرة ضيقة محددة فلقد كان متوسط ساعات الإرسال اليومي عند قيام الثورة ١٥ ســـاعة بلغت بعد قيام الثورة بعشرة أعوام – عام ١٩٦٣ – ٢٠ دقيقة و ١١٦ ساعة وظلت في ارتفاع مستمر فبلغت عام ٧٠ / ١٩٧١ ٣٠ دقيقة و ١٦٩ ساعة وعام ١٩٧٤ م٩ دقيقة و١٩٠ ساعة وعام١٩٧٩، ٣٥ دقيقة و ١٧٩ ساعة.

وبعد أن كانت الإذاعة تذيع بثلاث لغات هي اللغـــة العربيـــة واللغـــة الإنجليزية واللغة الفرنسية أصبحت تذيع عام ١٩٦٢ بثمان وعشرين لغـــة وعام ١٩٧٨ بأربع وثلاثين لغة.

وبعد أن كان عدد المحطات الإذاعية قاصرا علـــي محطتـــين همـــا : البرنامج العام والبرنامج الأوربي المحلي، أنشئت عدة خدمات إذاعية هي : إذاعة ركن السودان (١٩٤٩) إذاعـــة صـــوت العـــرب (١٩٥٣) إذاعـــة الإسكندرية الإقليمية (١٩٥٤) البرنامج الثـــاني (١٩٥٧) إذاعـــة الـــشعب (١٩٥٩) إذاعة فلسطين (١٩٦٠) إذاعة الشرق الأوســـط (١٩٦٤) إذاعـــة

القرآن الكريم (١٩٦٤) البرنامج الموسيقي (١٩٦٨) إذاعة الشباب (١٩٧٥) بالإضافة إلي إذاعة أم كلثوم والإذاعات الموجهة التي أنشئت عام ١٩٥٣.

وبعد أن كان عدد ساعات إرسال محطات الإذاعة عام (١٩٥٢ (١٥) ساعة يوميا فقط أصبحت عام ١٩٧٩ م ٥٧ دقيقة و ٤٧٩٢٣ ساعة بمتوسط يومي ١٧ دقيقة و ١٣١ ساعة تقدم كل ألوان البرامج المختلفة كما يلي :

١- البرامج الترفيهية (٤١,٩٧%) :

بلغ إجمالي ساعات إرسال البرامج الترفيهية – خلال عام ١٩٧٩ للإذاعات المختلفة ٤٩ دقيقة و ٢٠١١٣ ساعة بنسبة ٤١,٩٧ % من إجمالي ساعات الإرسال.

٢- البرامج الدينية (٢٠,٣٤%) :

بلغ إجمالي عدد ساعات إرسال البرامج الدينية خلال عام ١٩٧٩ م٤٩ دقيقة و ٩٧٤٦ ساعة بنسبة ٢٠,٣٤% من إجمالي الإرسال.

٣- البرامج الثقافية (١٤,١٩%):

بلغ إجمالي عدد ساعات إرسال البرامج الثقافية خلال عام ١٩٧٩ لمحطات الإذاعة ١٣ دقيقة و ٦٨٠٠ ساعة بنسبة ١٤,١٩% من إجمالي ساعات الإرسال محطات الإذاعة.

٤- البرامج الإعلامية (١٠,٦٨ %) :

بلغ إجمالي ساعات إرسال البرامج الإعلامية خلال عام ١٩٧٩ م ٢٤ دقيقة و ٥١٢٠ ساعة بنسبة ١٠,٦٨% من إجمالي ساعات الإرسال.

٥- برامج الطوائف (٥٠٤١%) :

بلغ إجمالي ساعات إرسال برامج الطوائف بمختلف محطات الإذاعة عام ١٩٧٩ م ٢٨ دقيقة و٢٥٩٢ ساعة بنسبة ٥,٤١% من الجمالي ساعات الإرسال.

٦- البرامج الدرامية (٥,٢٧%) :

بلغ إجمالي ساعات إرسال البرامج الدرامية لمختلف محطات الإذاعة عام ١٩٧٩ ٣١ دقيقة و ٢٥٢٣ ساعة بنسبة ٥,٢٧% من إجمالي ساعات

الإرسال المحلي.

<u>٧- برامج تعليمية (١,٦٠%):</u>

وبلغ إجمالي ساعات إرسال البرامج التعليمية خـلال عـام ١٩٧٩ م لمختلف محطات الإذاعة ٢٢ دقيقة و ٧٦٩ ساعة بنسبة ١,٦٠% من إجمالي ساعات الإرسال.

<u>٨- إعلانات تجارية (٠,٥٤%) :</u>

بلغ إجمالي عدد ساعات إرسال الإعلانات التجاريـة خـلال عـام ١٩٧٩ لمختلف المحطات التي يذاع من خلالها الإعلان – ٢١ دقيقة و ٢٥٧ ساعة بنسبة ٠,٥٤% من إجمالي ساعات الإرسال.

<u>ويلاحظ من التوزيع السابق ما يلي :</u>

- أن البرامج الترفيهية والدرامية تستحوذ علي نصف ساعات الإرسـال تقريبا (٤٧,٢٤%).
- أن البرامج الترفيهية والدينية والثقافية والإعلامية تأتي فـي المراكـز الأربعة الأولي ٤١,٩٧%، ٢٠,٣٤%، ١٤,١٩%، ١٠,٦٨% علـى التوالي.
- أن الإعلانات التجارية زاد إرسالها عام ١٩٧٩ عن عام ١٩٧٨ حوالي ساعة وربع ساعة فقط ولعل ذلك يرجع إلي ارتفاع سعر الإعلان.

<u>الخدمات الإذاعية المختلفة خلال المرحلة الرابعة (من ١٩٥٢ حتى ١٩٨٠)</u>

أهم ما يميز الإذاعة المصرية تنوع برامجها وتعدد خـدماتها تعـددا يتمشي مع الفئات التي يتكون منها الشعب المصري باعتباره جزء من الأمة العربية فهناك البرنامج العام وهو العمود الفقري للإذاعة المـصرية وهنـاك صوت العرب – إذاعة الشعب – إذاعة الشرق الأوسط والبرنـامج الثـاني والإذاعة الإقليمية لمدينة الإسكندرية ومحطة القرآن الكريم وإذاعة الـشباب ولكن السودان والبرنامج الأوربي المحلي والبرنامج الموسيقي فـضلا عـن الإذاعات الموجهة وإذاعة أم كلثوم.

<u>مصادر تمويل الإذاعة في المرحلة الرابعة :</u>

١- حددت المادة العاشرة من القانون ٥٩٢ لسنة ١٩٥٥ موارد الإذاعة في حصيلة رخص أجهزة الاستقبال وغلة أموالها وما تدره من منتجاتها ومطبوعاتها والإعانات التي تمنحها الدولة للإذاعة ووفرت الميزانية للسنيين السابقة وأية إيرادات أخرى لم تحددها المادة.
٢- وحددت المادة الخامسة من القانون ٤٨ لسنة ١٩٦٣ موارد المؤسسة للسينما والإذاعة والتلفزيون في حصيلة موارد المؤسسة المصرية العامة للسينما والمؤسسة المصرية العامة للإذاعة والتلفزيون من حصيلة الرسوم والضرائب التي تقرر لصالحها والاعتمادات التي تخصصها الدولة والإعانات والتبرعات واستثمار رأس المال وحصيلة الإعلانات.
٣- وحدت المادة ٢٣ من القانون رقم ٦٢ لسنة ١٩٧٠ موارد اتحاد الإذاعة والتليفزيون في حصيلة الرسوم المباشرة وغير المباشرة المفروضة علي أجهزة الاستقبال والموارد الناتجة عن نشاط قطاعاته وما تؤديه من خدمات الاعتمادات التي تخصصها الدولة للاتحاد والإعانات والهبات وما يعقده الاتحاد من قروض.
٤- وحددت المادتان ٢٣، ٢٦ من القانون رقم ١ لسنة ١٩٧١ موارد الاتحاد في الضرائب والرسوم المفروضة علي أجهزة الاستقبال الإذاعي والتلفزيوني والموارد الناتجة عن نشاط قطاعات الاتحاد والإعانات والهبات وما يعقده من قروض وأجر البرامج والخدمات التي تقدم لأجهزة الدولة والهيئات العامة والمؤسسات العامة وما يتبعها من وحدات اقتصادية والإعلانات التجارية.
٥- وحددت المادتان ٢٠،٢٤ من القانون رقم ١٣ لسنة ١٩٧٩ موارد اتحاد الإذاعة والتليفزيون في حصيلة الرسوم المقررة قانونيا لصالح الإذاعة والتلفزيون والموارد الناتجة عن نشاط قطاعاته وما يؤديه من خدمات والاعتمادات التي تخصصها الدولة للاتحاد.

وما يذكر من إيرادات القطاع الاقتصادي لاتحاد الإذاعة والتليفزيون خلال عام ١٩٧٨ بلغت ١٥٠٣٤٧٨٦,٠٠ جنيها بزيادة قدرها

٧٠١٥٠٣٥٠٨٠ جنيها عن عام ١٩٧٧.
وحققت إيرادات الإذاعة عام ١٩٧٨ إيراد قدره ٣١٣٠١٣٣,٩٧٨ جنيها بنسبة ٢٠,٨٢% من إجمالي إيرادات القطاع وبزيادة قدرها ٦٠٦٢٧١,٥٣٦ جنيها عن عام ١٩٧٧ ومما يذكر أن اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري يصدر مجلة أسبوعية لخدمة المستمعين والمشاهدين وإعلامهم بالخريطة البرمجية الأسبوعية للإذاعة والتلفزيون وهي مجلة الإذاعة والتليفزيون ولقد بلغ إجمالي الكمية المطبوعة عام ١٩٧٨ ما جملته ٢٣٣٩٩٠٠ نسخة بزيادة قدرها ٢٤١٠٥ نسخة عن عام ١٩٧٧ وبلغ إجمالي التوزيع والتصدير عام ١٩٧٨ حوالي ١٧٨٢٥٨٠ نسخة وعام ١٩٧٩ حوالي ٤٦٤٩٢٨ نسخة.

المرحلة الخامسة : مرحلة الشبكات الإذاعية والسيادة الإعلامية (١٩٨٠ - حتي الآن)

بدأت هذه مرحلة جديدة في عمر الإذاعة المصرية اعتباراً من السابع من يونيه ١٩٨٠حين تولي معالي محمد صفوت الشريف رئاسة مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتليفزيون فوزارة الإعلام إذ منذ هذا التاريخ شهدت الإذاعة المصرية تطورات هامة ففي أول شهر ابريل عام ١٩٨١ تم تطبيق نظام فني متخصص عرف " بنظام الشبكات الإذاعية " وبمقتضاه أصبحت الإذاعة المصرية تتكون من سبع شبكات.

أسباب تسمية هذه المرحلة بمرحلة الشبكات الإذاعية و السيادة الإعلامية:

ترتبط هذه المرحلة بمعالي محمد صفوت الشريف حيث تبدأ عقب توليه رئاسة مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتليفزيون في السابع من يونيه عام ١٩٨٠ وأهم مبررات ما ذهبنا إليه ما يلي :

١- تقسيم الخدمات الإذاعية إلي شبكات إذاعية : والمقصود بالشبكة الإذاعية كما يذكر معالي محمد صفوت الشريف تثبيت مؤشر الراديو علي موجة واحدة لا تتغير ووضع الإذاعات المتماثلة والمتكاملة في رسالتها علي موجة واحدة بحيث لا يتوه المستمع مع المؤشر الحائر المتنقل بين موجات عديدة بغية البحث عن إذاعة معينة كما أن الشبكة الإذاعية بمثابة كيان مستقل تستهدف في أدائها نوعية من الجماهير المتجانسة اجتماعيا

واقتصاديا.

٢- تقوية الإرسال الإذاعي هندسيا : حيث كانت قوة الإرسال الإذاعي عند تولي معالي محمد صفوت الشريف رئاسة مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتليفزيون عام ١٩٨٠ (٢٨٠٠ كيلو وات) وصلت إلي ١٢٥٨٨ كيلو وات من خلال ٢٥٩ محطة عام (٩٩/٢٠٠٠). مما أدى إلي نشر المظلة الإعلامية علي كل الأرض المصرية مؤكدة لأول مرة قيام سيادة إعلامية علي كل الأرض المصرية مؤكدة لأول مرة قيام سيادة إعلامية حقيقة تصل إلي كل مصري ومصرية في أعماق المحافظات النائية.

٣- أصبح إرسال البرنامج العام (الشبكة الرئيسية فيما بعد) ولأول مرة ٢٤ ساعة متصلة ولا يتوقف في الواحدة والنصف صباحا : لعدة أسباب يذكرها معالي صفوت الشريف ونتفق معه فيها وسنذكرها فيما بعد كما وأصبح الإرسال كما سيتضح علي مدي ٢٤ ساعة ليل نهار من ٦ خدمات إذاعية هي شبكات : البرنامج العام، القرآن الكريم، الشرق الأوسط، الشباب والرياضة، صوت العرب والبرنامج الموسيقي.

٤- الاهتمام بالإذاعات الإقليمية : حيث لم يكن في مصر عند تولي معالي صفوت الشريف رئاسة مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتليفزيون عام ١٩٨٠ سوي محطة واحدة هي إذاعة الإسكندرية المحلية وبدأت بعد ذلك الإذاعات الإقليمية في الظهور حيث بدأت إذاعة القاهرة الكبري إرسالها في أول ابريل عام ١٩٨١ - وإذاعة وسط الدلتا في ٢١ يوليو عام ١٩٨٢ - وإذاعة شمال الصعيد في ١٣ مايو ١٩٨٣ وإذاعة شمال و سيناء في ٢٥ ابريل ١٩٨٣ وإذاعة جنوب سيناء في ١٣ ابريل ١٩٨٥ - وإذاعة القناة في ٢٥ اكتوبر ١٩٨٨ - وإذاعة الوادي الجديد في أول يونية ١٩٩٩ - وإذاعة مطروح في ٣١ مايو ١٩٩١ - وإذاعة جنوب الصعيد في ٣١ مايو ١٩٩٣ وفي الطريق إذاعات إقليمية أخري ستغطي عدة مناطق.

٥- بدء شبكة الإذاعات المتخصصة في عيد ميلاد الإعلاميين السابع عشر

(مايو ٢٠٠٠) حيث أعطي الرئيس محمد حسني مبارك إشارة البدء لشبكة الإذاعات المتخصصة والتي تضم سبع إذاعات تبث إرسالها علي الموجات العادية إضافة القمر المصري نايل سات والقمر الإذاعي الفضائي أفريستار وبدأت الإرسال الفعلي أربع إذاعات هي : إذاعة الأخبار، وإذاعة كبار السن، إذاعة الأغاني، والإذاعة التعليمية.

٦- الاهتمام بالتعرف علي عادات وأنماط تعرض المستمعين –والمشاهدين – واستطلاع آرائهم ورغباتهم حيث عادت بحوث بارومتر الاستماع والمشاهدة بعد أن توقفت منذ عام١٩٧٧، واستعان الاتحاد بالجهات المتخصصة في اجاء البحوث وفي مقدمتها : المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ومركز بحوث الرأي العام بجامعة القاهرة.

٧- إصدار ميثاق الشرف الإذاعي حيث قرر مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتليفزيون بجلسة الخامس من اكتوبر سنة ١٩٨٠ تشكيل لجنة لوضع الميثاق ضمت عددا من أعضاء مجلس أمناء والشخصيات العامة ذات المشاركة في النشاط الإعلامي. وقامت اللجنة بإعداد الميثاق وراجعته وأعدته في صيغنه النهائية اللجنة القانونية برئاسة الأستاذ الدكتور أحمد عز الدين عبد الله ووافق مجلس الأمناء عليه في جلسته الثلاثين من مايو عام ١٩٨٢ وأصدره الأستاذ حسين عنان رئيس مجلس الأمناء بالقرار رقم ٢٦٨ لسنة ١٩٨٢ في العاشر من نوفمبر ١٩٨٢ وتم العمل به ابتداء من هذا التاريخ علي أنه يسري علي الإذاعيين والمتعاملين مع اتحاد الإذاعة والتليفزيون.

٨- إصدار الهياكل التنظيمية والاختصاصات التفصيلية لاتحاد الإذاعة والتلفزيون وقطاعاته الرئيسية.

٩- إصدار الخطط الإعلامية لاتحاد الإذاعة والتلفزيون في كتاب مطبوع سنويا مما يحيط كل العاملين بالاتحاد بالإستراتيجية الإعلامية المصرية في ظل أسلوب عمل يقوم علي التخطيط العلمي لاحتياجات ورغبات المستمعين.

١٠- تشكيل لجان منبسقة عن مجلس الأمنــاء (١٩ لجنــة) هــي لجــان السياسات الإعلامية الاقتصادية ودراسات الجدوى الهندســية والبــرامج الدينية والثقافية والتعليمية والدراما والفنون وبرامج الطفولــة والمــرأة وبرامج الشباب والرياضة وبرامج الصحة والــسكان وتنميــة الكــوادر الإعلامية، الأخبار والبرامج السياسية والبرامج العلمية وشــئون البيئــة والبرامج المرئية والمسموعة والقنوات الفضائية والتنظيم والإدارة ولجنة التكنولوجيا والمعلومات وأهم اختصاصات هذه اللجان كما حددها قرار رئيس مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتليفزيون رقم ٩٣ لسنة ١٩٨٦ هي:

١) وضع الخطة الإعلامية العامة في مجــال النــشاط والاختــصاص الموكول للجنة.
٢) المشاركة العامة في وضع سياســة الإنتــاج والخطــط البرامجيــة المرحلية المنفذة للخطة الإعلامية العامة.
٣) تقديم تقرير متابعة كل ثلاث شهور دورة إذاعية كاملة يحدد مــدي الالتزام البرامجي بالخطة العامــة وبــالخطط المرحليــة ويــسجل الملاحظات علي التنفيذ.
٤) المشاركة في اقتراح برامج التدريب للدورات المتخصصة والعامــة بغرض رفع مستوي الأداء للعاملين وتنشيط معارفهم.
٥) اقتراح البحوث الإعلامية الميدانية وغيرهــا فــي مجــال النــشاط والاختصاص الموكول للجنة..
٦) القيام بالأعمال الأخري التي تحال إلي اللجنة من السيد رئيس مجلس الأمناء.
٧) عند إحالة موضوع الدراسة يقع في اختصاص أكثر من لجنة تعتقــد اللجان المعينة اجتماعاً مشتركاً يرأسه أكبر رؤساء اللجان المجتمعة سناً.
٨) للجنة أن تستعين بمن تراه من المتخصصين في الموضوعات التــي تبحث ولها أن تدعوه لحضور جلساتها والاشتراك في مناقشتها دون أن يكون له حق التصويت.
٩) يعيد لكل لجنة أمين يتولي إعداد جدول أعمالها وجمع المواد اللازمة

للموضوعات التي تبحثها والإشراف علي تدوين محاضر اجتماعاتها وتحرير تقاريرها والتوقيع عليها مع رئيس اللجنة وإبلاغ قـرارات اللجنة إلي جهات الاختصاص بعد اعتمادها من السيد رئيس مجلس الأمناء.

١٠) تجمتع اللجنة بناء علي دعوة من رئيسها مرة كل شهر وكلما دعت الحاجة وتعد تقريراً بنتيجة أعمالها.

ثانيا : اختصاصات قطاع الإذاعة :

يحدد قرار رئيس مجلس أمناء الإذاعة والتليفزيون رقـم ١٦٢ لـسنة ١٩٨٢ اختصاصات التقسيمات الرئيسة للاتحاد وقطاعاتـه ومنهـا قطـاع الإذاعة حيث يحدد اختصاصاته فيما يلي :

- ✓ وضع تخطيط علمي متكامل لمختلف أوجه الأنـشطة فـي مجـالات الإعلام والتثقيف والترفيه.
- ✓ تنوير الرأي العام العالمي بمباديء جمهورية مصر العربيـة ومعـالم نهضتها وموقفها تجاه القضايا والأحداث ودورها في إقرار السلام.
- ✓ تعريف شعوب العالم بالحضارة والفكر والثقافـة والعلـوم المـصرية والعربية.
- ✓ زيادة الروابط بين الشعب المصري وشعوب العالم.
- ✓ تقديم وجهات النظر المصرية بالنسبة للمشاكل والقضايا الدولية.
- ✓ إيجاد رأي عام يساند وجهات النظر المصرية والتعاطف معها
- ✓ نشر مباديء الدين الإسلامي مع التركيز علي الجوانـب الحـضارية والإنسانية التي يدعو لها والاهتمام بتقديم التفاسير والفتاوي للـشعوب الإسلامية.
- ✓ ربط المغتربين المصرية والعرب بالوطن وإطلاعهم علي التطـورات والأحداث الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وتزويدهم بالمعلومـات التي تعينهم علي كسب الرأي العام في المجتمعات التي هاجروا إليهـا إلي وجهة النظر المصرية.
- ✓ نشر اللغة العربية لغة القرآن الكريم بين الشعوب الإسـلامية بحيـث

تصبح اللغة العربية إحدى الروابط التي تنمي علاقة مصر بدول العالم.

- ✓ توجيه الإذاعات باللغات واللهجات المناسبة للمستمع في الأماكن التي يتواجد فيها وبالطريقة والأوقات المناسبة مع الاستعانة بالمذيعين والمترجمين والمحررين الأجانب باللغات المختلفة..
- ✓ إعداد وتقديم البرامج السياسية والإخبارية وإذاعة نشرات الأخبار باللغات المختلفة.
- ✓ الحصول علي الأنباء من مصادرها المختلفة.
- ✓ إعداد التعليقات السياسية والإخبارية
- ✓ إنتاج البرامج الغنائية والموسيقية والبرامج الثقافية المختلفة.

ثالثا : ساعات إرسال قطاع الإذاعة :

بلغ عدد ساعات إرسال الشبكات الإذاعية التي تتكون منها الإذاعة المصرية – والتي سنتناولها بالدراسة فيما بعد – خلال عام ٩٩/٢٠٠٠ م حوالي ١٥٨٩٢٦ ساعة بمتوسط يومي ٤٣٤ ساعة بمقابل عام ١٩٨٦/٨٥ م حوالي ٨٦٠٣٣ ساعة وعام ١٩٩٠/٨٩ م ٩٤٥٤٤ ساعة. ويوضح الجدول التالي رقم (١) التوزيع المقارن لساعات إرسال الإذاعة في مصر عام ٩٩/٢٠٠٠ م مقارنة بعام ١٩٩٠/٨٩م حيث بلغ معدل الزيادة ٦٤٣٨١ ساعة.

التوزيع المقارن لساعات إرسال الإذاعة خلال عام ٩٩/٢٠٠٠ مقارنة بعام ١٩٩٠/٨٩

الأعوام / الشبكات الإذاعية	عام ٨٩/٩٠					عام ٩٩/٢٠٠٠					الفارق عام ٩٩/٢٠٠٠ مقارنة بعام ٨٩/٩٠	
	المتوسط اليومي		عدد الخدمات الإذاعية	إجمالي الإرسال		المتوسط اليومي		عدد الخدمات الإذاعية	إجمالي الإرسال			
	دقيقة	ساعة		دقيقة	ساعة	دقيقة	ساعة		دقيقة	ساعة	دقيقة	ساعة
الشبكة الرئيسية	–	٢٤	١	–	٨٧٦٠	–	٢٤	١	–	٠٨٧٨٤		٠٠٢٤
شبكة الإذاعات الإقليمية	٣٠	٨٦	٩	–	٢٩٥١٧	٣٤	١٨٢	١١	٣	٦٦٨١٨		٣٧٣٠١
الشبكة الثقافية	٣٧	٣٦	٣	–	١٣٣٦٦	١١	٥١	٣	٤٨	١٨٧٣٥		٥٣٦٩
شبكة القرآن الكريم	١٤	٢٠	١	–	٠٧٣٨٣	–	٢٤	١	–	٠٨٧٨٤		١٤٠١
شبكة الشرق الأوسط	٥٨	١٤	١	–	٥٤٦٠.	–	٢٤	١	–	٠٨٧٨٤		٣٣٢٤
شبكة صوت العرب	٣٦	٢٥	٣	–	٠٩٣٤٥	–	٣٥	٣	–	١٢٨١٠		٣٤٦٥
شبكة الشباب والرياضة	–	–	–	–	–**	–	٢٤	١	–	٠٨٧٨٤		٨٧٨٤
شبكة الإذاعات الموجهة	٤٥	٥٦	***٤٢	–	٢٠٧١٣	٣٠	٦٩	**٤٥	٤٥	٢٥٤٢٥	٤٥	٤٧١٢
شبكة الإذاعات المتخصصة	–	–	–	–	–	–	* –	٤				
المجموع	٤٠	٢٤٦	٦٠	–	٩٤٥٤٤	١٥	٤٣٤	٧٠	٣٦	١٥٨٩٢٦	٣٦	٦٤٣٨١

** كانت تدرج إذاعة الشباب والرياضة ضمن شبكة الإذاعات الإقليمية قبل تحويلها إلي شبكة إذاعية تذيع ٢٤ ساعة.

***كانت الإذاعات الموجهة عام ٨٩/١٩٩٠ تذيع بـــ ٣٢ لغة، وأصـــبحت عام ٩٩/٢٠٠٠ تذيع بـــ ٣٥ لغة.

**** لا تتوافر إحصائيات عن ساعات إرسال شبكة الإذاعات المتخصصة خلال ذلك الوقت.

وتدل بينات الجدول رقم (١) علي عدة نتائج من أهمها :

١) إن الإرسال الإذاعي بلغ عام ٩٩/٢٠٠٠ م ١٥٨٩٢٦ ساعة و٣٦ دقيقة مقابل ٩٤٥٤٤ ساعة عام ٨٩/١٩٩٠ بزيادة ٦٤٣٨١ ساعة و٣٦ دقيقة.

٢) ازدياد عدد الشبكات الإذاعية حيث أصبحت الإذاعة تتكون من ٩ شبكات إذاعية بعد تحويل إذاعة الشباب والرياضة إلي شبكة الشباب والرياضة في ١٩٩٥/١/١ وتذيع علي مدي ٢٤ ساعة وبدء شـــبكات الإذاعـــات المتخصصة لأول مرة في يونيه ٢٠٠٠.

٣) ارتفاع عدد الخدمات الإذاعية ٩٩/٢٠٠٠ إلي ٧٠ خدمة إذاعية مقابـــل

٦٠ خدمة عام ١٩٩٠/٨٩ حيث زاد عدد الإذاعات الإقليمية إلي ١١ محطة والإذاعات الموجهة إلي ٤٥ خدمة إذاعية وبدأت شبكة الإذاعات المتخصصة بث أربع إذاعات في عيد الإعلاميين السابع عشر (يونيه ٢٠٠٠) إذا أعطي الرئيس محمد حسني مبارك إشارة البدء لشبكة الإذاعات المتخصصة التي تضم سبع إذاعات تبث إرسالها علي الموجات العادية إضافة إلي القمر الصناعي المصري نايل سات) والقمر الفضائي الإذاعي (افريستار) حيث بدأت أربع إذاعات هي : إذاعة الأخبار، إذاعة كبار السن، إذاعة الأغاني والإذاعة التعليمية.

ويوضح الجدول التالي رقم (٢) توزيع ساعات الإرسال الإذاعي طبقا لألوان البرامج للشبكات الإذاعية :

❖ تمويل الإذاعة في المرحلة الخامسة :

الشبكات / ألوان البرامج	الشبكات الإذاعية السبع					شبكة الإذاعات الموجهة				
	ساعات الإرسال		%	المتوسط اليومي		ساعات الإرسال		%	المتوسط اليومي	
	دقيقة	ساعة		دقيقة	ساعة	دقيقة	ساعة		دقيقة	ساعة
البرامج الإعلامية	٣٥	٤٩٦	٠٠,٤	٢٢	١	–	–	–	–	–
البرامج السياسية	١٨	١١٨٦٠	٨,٩	٢٤	٣٢	١٧	٧٦٧٤	٣٠,١٩	٥٨	٢٠
البرامج الدينية	١١	١٩٧٧٧	١٤,٨	٠٢	٥٤	٠٤	٤٧٠٢	١٨,٤٩	٥١	١٢
البرامج الثقافية	٢٣	٣١٥٢٢	٢٣,٦	٠٨	٨٦	٠٨	٥٦٣٠	٢٢,١٤	٢٣	١٥
البرامج الترفيهية	٥٩	٤٦٧٩٥	٣٥,٠	٥٢	١٢٧	٥١	٥٢٠٥	٢٠,٤٦	١٣	١٤
الدراما	٥٤	٠٤٩٣٥	٣٠٧	٢٩	١٣	٠٢	١١٠	٠,٤٣	١٨	–
برامج الخدمات	٣٩	٨٧٠٠	٦٠٥	٤٦	٢٣	١٢	١٧٢	٠٠,٦٨	٢٨	–
والتوعية	٠٢	٦٩٢٥	٥,٢	٥٥	١٨	٤٣	٥٧٥	٢,٢٧	٣٤	١
برامج الطوائف	٢٤	٢٢٠٤	١,٧	٠١	٠٦	٢٨	١٣٥٧	٥,٣٤	٤٣	٣
البرامج التعليمية	٢٦	٠٢٨١	٥٠٢	٤٦	٠٠	–	–	–	–	–
الإعلانات التجارية										
المجموع	–	١٣٣٥٠٠	١٠٠	٤٥	٣٦٤	٤٥	٢٥٤٢٥	١٠٠	٣٠	٦٩

حددت المادتان ٢٠و٢٤ من القانون رقم ١٣ لسنة ١٩٧٩ موارد اتحاد الإذاعة والتليفزيون – فبالإضافة إلي الإعانة السنوية التي تودعها الحكومة للاتحاد تبين من أحدث بيان عن إيرادات قطاع الشئون المالية والاقتصادية خلال عام ١٩٨٩ / ١٩٩٠ وكنتيجة للسياسات والخطط التي أنتهجها قطاع

الشئون المالية والاقتصادية لتنشيط وتنمية الإيـرادات الذاتيـة للاتحـاد أن إجمالي الإيرادات المحققة ١٤٧,٩٣٨,٦٤١ جنيه وارتفع عام ٩٩ /٢٠٠٠م إلي ١,٠٨٨,٦٨٩,٦٠٦ جنيه مصري موزعة علي الإعلانـات التجاريـة (٣٣,٤٣%) التسويق صافي المبيعات بما فيها مجلة الإذاعـة والتلفزيـون (٩,٧٦%) مقابل الخدمات الإذاعية والمرئية (٢٩,٣٩%) مشغولات داخليـة بالتكلفة (٢٢,٧٣%) رسوم الإذاعة (٠,٩٩%) وإيرادات أخـري متنوعـة (٣,٧٠ %).

- ❖ وجدير بالذكر أن إعلانات الإذاعة حققت ٣,٥٤٧,٣١١ جنيه مصري وبلغ الوقت المستغل إعلانيا ٢٨١ ساعة و١ ثانية.
- ❖ وتبين قوائم أسعار الإعلانـات التجاريـة بالإذاعـة اعتبـارا مـن ٢٠٠٠/٣/٥ م أن الدقيقة بإذاعة الـشرق الأوسـط للـسلع المحليـة والأجنبية – علي التوالي – ١٦٠جنيهـا و٨٠٠ جنيـه وبالبرنـامج الأوربي وإذاعة الإسكندرية والقاهرة الكبرى والشباب والرياضة ٧٠ جنيها و ٣٥٠جنيها والإذاعات الإقليمية يتراوح ما بين ٤٠و٦٠ جنيها للسلع المصرية و ٢٠٠ و٣٠٠ جنيه للسلع الأجنبية والمستوردة وبلغ إيرادات تسويق برامج إذاعية خلال عام ٩٩/٢٠٠٠م ٩٨,٠٥١ دولار و٦٤٣ و ٣٣٣ جنيه مصري.
- ❖ وعموما فهناك مجموعة من الملامح التي شـهدها تطـور الخدمـة الإذاعية المصرية نرصدها كما يلي :

١– بدأ الإرسال الإذاعي الرسمي في مصر عام ١٩٣٤.

٢– عدد أجهزة الاستقبال غير معروفة لإلغاء رخص الراديو منذ عـام ١٩٦٠ استيوهات للموسيقي، ٢ اسـتديوهات منوعات،وقـسم بـه أغراض العمل الإذاعي موزعة كالتالي :

٧ استديوهات للموسـيقي، ٢ اسـتديو منوعـات، وقـسم بـه استديوهات لتسجيل الـدراما، ١٨ اسـتديو لإذاعـة البـرامج الرئيسية، ١٨ استديو لاذعة البـرامج الموجهـة، ١٩ اسـتديو للمونتاج والأحاديث و ٣ استديوهات للبرامج الثقافية، ومن هذه

الأعداد لنا أن نتصور حجم أجهزة راديو القاهرة والعاملين بـــه كما يوجد بمبنى الإذاعة معهد للتدريب الإذاعـــي والتليفزيـــوني وتعقد فيه دورات علمية ودراسية للعاملين في إذاعة مصر ودول العالم العربي والإفريقي والإسلامي في كل جديـــد فـــي فنـــون الإذاعة وعلومها.

٣- مواعيد دورات البرامج : فبراير / شباط، مايو / آيار أغـــسطس / آب، اكتوبر تشرين / أول.

٤- لهيئة الإذاعة مراسلون في أهم دول العالم.

٥- للإذاعة فرق تمثيلية وموسيقية خاصة

٦- تذاع الإعلانات التجارية من كل من إذاعة الشرق الأوسط وإذاعـــة الشعب وإذاعة الإسكندرية وتتولى وكالات عدة جلب الإعلانات وهي : وكالة الأهرام للإعلان مؤسسة أخبار اليـــوم، شـــركة الإعلانـــات المصرية : وهيئة الإعلانات الأفريقية الأسبوعية..... وغيرها.

٧- يشمل الميثاق الأخلاقي للإذاعة : المحافظـــة علـــي القـــيم الدينيـــة والوطنية والاجتماعية والعلمية والفنية.

٨- يصدر اتحاد الإذاعة والتلفزيون مجلة الفن الإذاعـــي التـــي تـــشمل مقالات وأبحاث عن تطور الإذاعة والخبرات التي تكتسب في المجال الإذاعي وهي ربع سنوية.

٩- يصدر اتحاد الإذاعة والتلفزيون مجلة الإذاعة والتليفزيـــون مجلـــة أسبوعية تتناول بالنقد برامج كل من الراديو والتلفزيون.

١٠- يشترك الاتحاد في الاتحادات الإذاعية الدولية الآتية :

أ- المنطقة الدولية للإذاعة والتليفزيون منذ عام ١٩٥٨.

ب-اتحاد هيئات الإذاعات والتليفزيون القومية والأفريقية منـــذ عام ١٩٦٠.

ت-اتحاد إذاعات الدول العربية منذ عام ١٩٦٩.

ث-اتحاد الإذاعات الآسيوية عام ١٩٦٤.

ج- اتحاد الإذاعة الأوربية.

ح- منظمة إذاعات الدول الإسلامية

١١- تغيرت ملامح الإذاعة تغيرا كبيرا في ابريل ١٩٨١ وأصبحت تضم سبع شبكات مختلفة.

وفيما يلي تتناول كل شبكة إذاعية علي حدة من الشبكات التسع كما يلي : -

<u>أولا البرنامج العام</u> : يعتبر البرنامج العام هو العمود الفقري للإذاعة كلها.

<u>مبررات الإرسال ٢٤ ساعة :</u>

إن الشبكة الرئيسة : هي الإذاعة الأم التي تفرعت منها إذاعات عديدة تخصصيه ومحلية وتبث إرسالها علي مدي ٢٤ ساعة منذ أول شهر ابريل عام ١٩٨١ بعد أن كان إرسالها يبدأ في الساعة السادسة صباحا وينتهي في الساعة الواحدة والنصف صباحا ويقوم معالي صفوت الشريف رئيس مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتليفزيون آنذاك - وزير الإعلام الحالى - والذي خطط لهذا العمل أن عدة دوافع جعلته يفكر أن يستمر الإرسال لمدة ٢٤ ساعة فى محطة البرنامج العام - الشبكة الرئيسية - هى :

١) لم يكن يتصور أن سكت صوت مصر (الإذاعة) ولو لحظة واحدة ولا سيما أنه ثبت هندسيا أن فترة ما بعد الغروب تنتشر فيها الموجات الإذاعية ويحملها الأثير إلى امتدادا غير محسوبة الأمر الذى يجعل البرنامج العام فى هذه الفترة بالذات واسع الانتشار فى المنطقة العربية.

٢) يوجد جمهور عريض - مع مراعاة فروق التوقيت -يرغب فى الاستماع إلى صوت مصر خاصة من أبناء الشعب العربى والمصريين المقيمين فى الوطن العربى وأيضا شعوب القارات الأخرى والمناطق النائية التى تتركز فيها الجاليات المصرية والمغتربين المصريين.

٣) هناك أحداث تشد اهتمام المستمع المصري ويرغب فى متابعتها طوال الليل وليس من المعقول أن نتركه يبحث عنها فى المحطات الأجنبية أو نتركه ينتظر حتى الصباح لكى يستمع إليها دون علم بها.

٤) أن الفترة التى تتوقف فيها الإذاعات فترة لها جمهورا الخاص والعريض من أبناء هذا الشعب وهم الساهرون على الأمن وعمال الورديات فى المصانع والمطابع الخ.

ولذلك وضعت خريطة إذاعية خاصة تتناسب مع طبيعة العمل في هذه الفترة بالذات ومن أهم ما تتضمنه الموسيقي الهادئة والإرشادات الموجهة إلي رجال الأمن وتفسير الأحاديث المشوقة مع بعض العلماء ورجال الدين إلـــي جانب مواجيز الأنباء وصلاة الفجر وما يسبقه من أحاديث وموشحات.

❖ وتغطي الشبكة الرئيسية للإذاعة المسموعة مصر كلها بالإضافة للشرق الوسط وشمال أفريقيا والخليج العربي والجزيــرة العربيـــة والـــسودان وشمال وغرب أفريقيا وأوربا وتذاع علي الموجتين المتوسطة والقصيرة والتشكيل الترددي fm والبث الفضائي من خلال موجات حاملة فرعيـــة مصاحبة للموجة الحاملة الرئيسية علي القمر الأوربي W2 في الموقـــع المداري ١٦ درجة شرقا الحيز ku موجه حاملة فرعية ٧,٠٢ ميجاهرتز وعلي القمر أسيا سات (٢) الموقع المداري١٠٠,٥ درجة شـــرقا علـــي موجه حاملة فرعيا ٧,٢٠ ميجا هرتز وعلي القمر المصري نايل سات ٧ درجات غربا وموجه حاملة فرعية مصاحبة للقناة التليفزيونية الأولي.

تبلورت أهداف البرامج العامة علي النحو التالي :

- ✓ إذاعة النشرات الأخبارية ومواجيز الأنباء والتعليقات والبـــرامج السياسية التي تتصل بالأحداث الهامة.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج التي تلقي الضوء علي القـــضايا المعاصــــرة الداخلية والخارجية.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج التي تؤكد علي إبراز مكانة مصر القياديـــة والحضارية وتعميق الروابط الروحية والتاريخية والاقتصادية في العالم
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الدينية التي تعمل علي غرس القيم الروحية في النفوس وإذاعة تلاوات للقرآن الكريم
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة التي تخاطب قطاعـــات المجتمـــع المختلفة (الشباب – المرأة – الطفل.... إلخ)
- ✓ إعداد البرامج الأدبية والثقافية.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج التي تبرز المواهب الفنية والأدبية والعلمية.

- ✓ نقل وإذاعة الحفلات والأنباء من مواقعها داخل الجمهورية وخارجها.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج التي تهتم بمشاكل الجماهير وعقد النـدوات مـع القيادات المسئولة والمهتمين بهذه المشاكل.
- ✓ إنتاج وإذاعة الأعمال الدرامية والمسلسلات التي تخدم رسالة الـشبكة وأهدافها.
- ✓ تقديم المنوعات والحفلات الغنائية والموسيقية والبرامج الترفيهية.
- ✓ إعداد وتقديم كل جديد في مجال الكتب الأدبية والعلمية والثقافية.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة بإحياء ذكري إعلام رجال الفكر والأدب وابراز نشاط المحافل الأدبية والجمعيات الثقافيـة وتـسجيل وتقـديم المؤتمرات العلمية الثقافية.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج التي تبرز عظمة التاريخ والتـراث المـصري ونشر أفكار وفلسفات الأمم الأجنبية قديمها وحـديثها وتقـديم سـير الشخصيات العالمية التي كان لها دور في صنع حضارة الإنسان فـي كافة الميادين.

ساعات إرسال الشبكة الرئيسية :

لم يتجاوز إرسال البرنامج العام عند بدء مرحلة الشبكات الإذاعية ٢٠ ساعة موزعة علي ألوان البرامج المختلفة بينما بلغ متوسط إرسال الـشبكة الرئيسية عام ١٩٨٦/٨٥ أربع وعشرين ساعة وشغل ٨٧٦٠ ساعة بنـسبة ١٠,١٨% من إجمالي إرسال الشبكات الإذاعية السبع والبالغ ٨٦٠٣٣ ساعة وبنسبة ١٣,٧٥% من إجمالي إرسال الشبكات الإذاعية الست بعد استبعادها الشبكة الموجه والبالغ ٦٣٦٣٨ ساعة.

بلغ إجمالي ساعات إرسال الشبكة الرئيسية خلال عـام ٢٠٠٠/٩٩ م ٨٧٨٤ ساعة إرسال تمثل ٦,٦ % من جملة الإرسال الإذاعـي وبمتوسـط يومي ٢٤ ساعة.

ثانيا : شبكة الإذاعات الإقليمية :

تبلورت أهداف شبكة الإذاعات الإقليمية علي النحو التالي :

- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة بالمشاركة والتوجيه القومي العام ورفـع

مستوي الشعب ثقافيا واجتماعيا وأخلا قيا.

- ✓ إعداد وتقديم الأغاني والموسيقي والبرامج النسائية التي تتفق مع طبيعة الشبكة.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة بمعالجة المشكلات الاجتماعية والمحلية والدعوة إلي التمسك بالقيم الروحية والأخلاقية.
- ✓ إنتاج وإذاعة التمثيليات والمسلسلات والبرامج الدرامية التي تخدم رسالة الشبكة.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة بمواكبة الجمهور للتنمية وتصحيح المسار الاقتصادي والاستغلال الأمثل للثروات الطبيعية في البلاد وتنمية الدخل العام والثروة القومية.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة بتقديم الخدمات السريعة في المجتمع في مختلف مجالات حياته اليومية وتعميق فلسفة الحكم المحلي بما يحقق نجاح أهدافه.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة بتعميق انتماء الشباب إلي الوطن وحمايته من الانحراف وابراز دوره في البناء والتعبير ونشر الثقافة والتعليم بين الأوساط الشعبية وإلقاء الأضواء علي الجامعات الإقليمية كمراكز إشعاع ونشر الوعي الرياضي وتشجيع أوجه النشاط الرياضي
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة باكتشاف وتشجيع المواهب في شتي نواحي الفكر والإبداع والتعريف بأمجادنا التي يحفل بها تاريخنا القديم والحديث.
- ✓ وتقديم البرامج الخاصة بالاحتفالات والمواسم والأعياد الدينية وتغطية جميع أنباء محافظات الجمهورية.
- ✓ إذاعة النشرات الإخبارية في المواعيد المحددة لها.
- ✓ إذاعة القرآن الكريم وإعداد البرامج الدينية.
- ✓ إعداد وإذاعة الدروس التعليمية للطلاب والتلاميذ.
- ✓ إذاعة الإعلانات التجارية التي تخدم المستهلك والمنتج والصناعة المصرية.

✓ تنسيق ومتابعة العلاقة بين الإذاعات المحلية أو الإقليمية أو بين بعضها البعض إدارياً وبرامجياً وفنياً.

ساعات إرسال شبكة الإذاعات الإقليمية :

تحرص شبكة الإذاعات الإقليمية من خلال إذاعتها العشر علي تعميق الولاء والانتماء لمصر كلها وليس لمنطقة بعينها كما تهتم بالغوص في التفاصيل المحلية لتثبيت الجذور الثقافية لجمهورها المستهدف لمواجهة عمليات البث المباشر الوافد والتأكيد علي أصالة عراقة أبناء مصر وذلك من خلال بث المواد الإذاعية التي تدعم ذلك بالإضافة إلي دور إلي شبكة الإذاعات الإقليمية في ترسيخ روح المشاركة الشعبية في عمليات التنمية بالجهود الذاتية وابراز مشروعات التنمية الإقليمية وإنجازات الحكومة في القطاعات المختلفة.

وتضم شبكة الإذاعات الإقليمية عشر إذاعات هي : إذاعة إسكندرية (١٩٥٣/٧/٢٦) – إذاعة القاهرة الكبري (١٩٨١/٤/١) – إذاعة وسط الدلتا (١٩٨٢/٧/٢٢) – إذاعة شمال الصعيد (١٩٨٣/٥/١٣) – إذاعة القناة (١٩٨٨/١٠/٢٥)– إذاعة الوادي الجديد (١٩٩٠/٦/١) – إذاعة مطروح (١٩٩١/٥/٣١) – إذاعة جنوب الصعيد (١٩٩٣/٥/٣١) – وبلغ إجمالي إرسال شبكة الإذاعات الإقليمية خلال العام ٩٩/٢٠٠٠ م ٦٦٨١٨ ساعة وثلاث دقائق تمثل ٥٠% من جملة ساعات الإرسال الإذاعي وبمتوسط يومي ١٨٢ ساعة و ٣٤ دقيقة.

☒ وفيما يلي نتناول نبذة عن كل إذاعة من الإذاعات الإقليمية كما يلي :

١ – إذاعة الإسكندرية الإقليمية (١٩٥٣)

تختص إذاعة الإسكندرية الإقليمية بالآتي :

✓ تغطية جميع المؤتمرات والندوات والاجتماعات الهامة التي تعقد بالمحافظة والمحافظات المجاورة.إعداد البرامج عن الشخصيات الأدبية والعلمية المحلية في الإسكندرية والبحيرة في مختلف مجالا ت الحياة.
✓ تقديم البرامج التي تشير القضايا ذات الاهتمام الجماهيري ومناقشتها وإلقاء الضوء عليها.

- ✓ تغطية جميع الأنشطة الرياضة المحلية والتركيز علي الألعاب الـشعبية في الإسكندرية.
- ✓ إعداد خطط الخدمات التعليمية وإذاعتها للمستويات المختلفة الابتدائيـة والإعدادية والكليات النظرية.
- ✓ تلق وإعداد البرامج الخاصة بشكاوي الجمهور من قطاعـات الخـدمات المختلفة والاتصال بالمسئولين لتحقيق الخدمة للمستمعين
- ✓ تغطية الخدمات والأنشطة الفنية بالإسـكندرية (المـسرح – الـسينما – قصور الثقافة – الجمعيات الثقافية).
- ✓ إعداد وتقديم برامج الفئات المختلفة (المرأة – الطفل – الشباب – العمال – الشرطة)
- ✓ رسم سياسة الإعلانات وإذاعتها وتنشيطها بما يحقق الأهداف الموجودة لها.

٢- إذاعة القاهرة الكبري ١٩٨١ : -

☒ أهداف إذاعة القاهرة الكبري :

تهدف إذاعة القاهرة الكبرى إلي ما يلي :

- ✓ تقديم الخدمات الفورية التي يحتاج إليها المواطن في مختلف المجالات حياته اليومية (الكهرباء – المياه – الصرف الصحي – المواصلات التموين – الصحة).
- ✓ متابعة شكاوي المواطنين لدي أجهزة ومرافـق خـدمات حتـي تـتم الاستجابة للمشروع من هذه الشكاوي تحقيقا لمبدأ الصداقة بين الإذاعة ومستمعيها.
- ✓ تقديم صورة يومية حية لواقع الحياة في الإقليم بكل جوانبـه الـسلبي لتلافيه والإيجابي منها للإكثار منه وإثارة الحماس لاستمراره
- ✓ إبراز الشخصية المحلية للإقليم تاريخاً وحاضـراً ومـستقبلاً لإثـارة الحماس لدي المواطن للنهوض بإقليمه ليكون جديرا بانتمائه للـوطن الأم.

☒ نشأة إذاعة القاهرة الكبري وتطورها :

بدأت فكرة إنشاء إذاعة العاصمة القاهرة الكبرى عقب ندوة الإذاعات المحلية والتنمية الشاملة التي أقامها اتحاد إذاعات الدول العربية واتحاد الإذاعة والتلفزيون والهيئة العامة للاستعلامات خلال الفترة ٣يونيو – ٣يوليه ١٩٨٠.

وبدأت الدارسات التمهيدية لهذه الإذاعة منذ يناير عام ١٩٨١ علي أن تكون إذاعة جديدة في كل شيء شكلا ومضمونا وعقيدة إعلامية.

☒ تقوم الفلسفة الإعلامية لإذاعة القاهرة الكبري علي ثلاثة مباديء هي :

١) الاتصال بالجمهور اتصالا مباشرا ومتجددا لمعرفة ما يريد.
٢) وحدة الإرسال هي : فقرة : الخدمة المطلوبة وليست البرامج المعدة مسبقا.
٣) اكتساب صداقة الأسرة ككل وصداقة كل فرد فيها علي حدة.

وبدأت إذاعة العاصمة : القاهرة الكبري إرسالها في تمام الساعة السادسة من صباح يوم الأربعاء أول شهر ابريل عام ١٩٨١ وتذاع برامجها علي فترتين : الأولي صباحية من الساعة ٦ إلي الساعة ٨ والثانية مسائية من الساعة ١٠ إلي ١٢ مساءاً.

وبلغ متوسط ساعات الإرسال اليومي لإذاعة والقاهرة الكبري عام ١٩٨٩/٨٩ ٥ ساعات يوميا وتصل في عام ١٩٩٠/٨٩ ٨ ساعات يوميا وعام ٢٠٠٠/٩٩م ١٩ ساعة و١٤ دقيقة.

إن إذاعة القاهرة الكبرى إذاعة محلية خاصة بالقاهرة الكبري وضواحيها ومدينتي الجيزة وشبرا الخيمة وهي إذاعة لتوصيل الخدمة علي أكمل صورة في جميع نواحي الحياة التي تهم المواطنين من سكان القاهرة الكبري من المرافق المختلفة

ويتم الاتصال بإذاعة القاهرة عن طريق البريد والتلفون وشرطة النجدة وغرفة العمليات بمحافظة القاهرة حيث خصصت خطوط ربط مباشرة بين الإذاعة وشرطة النجدة وغرفة العمليات.

٣- إذاعة وسط الدلتا ١٩٨٢

☒ أهداف إذاعة وسط الدلتا :

تهدف إذاعة وسط الدلتا إلى ما يلى : -

- ✓ تقدم خدمة إذاعية لمحافظات (الغربية والمنوفية والدقهلية وكفر الشيخ ثم دمياط والشرقية في مرحلة لاحقة.
- ✓ تعمل الإذاعة علي خلق كوادر محلية من الإذاعيين والكتاب والمؤلفين والمطربين وقاريء القرآن الكريم والمنشدين والأدباء والفنانين والمواهب الجديدة.
- ✓ تقوم الإذاعة بخلق وعي وطني وقومي وثقافي وأدبي بتقديم برامج متخصصة تخدم هذه الأهداف بإبراز الإعلام والتعريف بالأماكن الحضارية والدور الحضاري لمناطق الدلتا المختلفة.
- ✓ تقديم البرامج التي تخدم الأهداف القومية الخاصة بزيادة الإنتاج وتنظيم النسل وترشيد الاستهلاك وغير ذلك من الأهداف العليا للوطن.
- ✓ تقديم برامج خدمات مباشرة وغير مباشرة لجماهير المواطنين فيما يتعلق بالخدمات الطبية العلاجية والزراعية والصناعية والحرفية والاجتماعية والاقتصادية.
- ✓ تحتفظ الإذاعة في نفس الوقت بالخطوط الأساسية للإذاعة بصفة عامة وهي : الإعلام والتثقيف والترفيه.

☒ نشأة إذاعة وسط الدلتا وتطورها :

بدأت إذاعة وسط الدلتا إرسالها يوم الأربعاء ٢١ يوليو سنة ١٩٨٢ مع إشراقة يوم عيد الفطر سنة ١٤٠٢ هجرية من مسجد السيد أحمد البدوي بمدينة طنطا وكان أول برامج هذه الإذاعة هو نقل صلاة عيد الفطر من رحاب السيد البدوي وتأتي أهمية هذه الإذاعة كما يقول السيد فهمي عمر – رئيس الإذاعة آنذاك – من أنها أول إذاعة تلتقي بالريف وأهله وتعايش هؤلاء الذين يتعاملون مع الفأس والنورج أو يتعاملون مع المصانع المنتظرة في إقليم وسط الدلتا ويسيرون علي طرقات أغلبها غير مرصوف وتشق عليهم الحياة بعض الشيء عندما تنقطع المواصلات بين القري بعد غروب الشمس.

☒ وبلغ متوسط ساعات إرسال إذاعة وسط الدلتا عام ١٩٩٠/٨٩ م ١٠ ساعات و١٠ دقائق وصل عام ٢٠٠٠/٩٩ إلي ١٨ ساعة و١٠ دقائق.

٤- إذاعة شمال الصعيد (١٩٨٣) :

☒ تختص إذاعة شمال الصعيد بالآتي :

- ✓ تقدم خدمة إذاعية لمحافظات شمال الصعيد : الفيوم، المنيا، بني سويف، وأسيوط.
- ✓ تعمل الإذاعة علي خلق كوادر محلية من الإذاعيين والكتاب والمؤلفين والمطربين وقاريء القرآن الكريم والمنشدين والمتحدثين والأدباء والفنانين والمواهب الجديدة.
- ✓ تقوم الإذاعة بخلق وعي وطني قومي وثقافي وأدبي بتقديم برامج متخصصة تخدم هذه الأهداف بإبراز الإعلام بالأماكن الحضارية والدور الحضاري لمناطق شمال الصعيد المختلفة
- ✓ تقديم البرامج التي تخدم الأهداف القومية الخاصة بزيادة الإنتاج وتنظيم النسل والاستهلاك وغير ذلك من الأهداف العليا للوطن.
- ✓ تقديم برامج خدمات مباشرة وغير مباشرة لجماهير المواطنين فيما يتعلق بالخدمات الطبية العلاجية والزراعية والصناعية والحرفية والاجتماعية والاقتصادية.
- ✓ الاحتفاظ بالخطوط الأساسية وهي : الإعلام والتثقيف والترفيه.

☒ نشأة إذاعة شمال الصعيد وتطورها :

بدأت إذاعة شمال الصعيد إرسالها في ١٣ مايو ١٩٨٣ حيث كانت خططها وبرامجها في الفترة الأولي من الإرسال متغيرة لمواءمة البيئة التي تقوم بخدمتها وتأخذ اتجاهات إذاعة وسط الدلتا كإذاعة تخدم أكثر من محافظة زراعية وتقوم بتغطية أخبار الإقليم : صوتا وأخباراً مقروءة وتبلغ رسالة خبرية يومية للمجلة الصوتية بإذاعة الشعب وتحاول الحصول علي ردود وحلول لمشاكل المواطنين من خلال برنامج : " عزيزتي إذاعة شمال الصعيد " الذي يذاع يوميا كما تقدم ملخصات لكتب التراث وحياة الشخصيات

التاريخية من أبناء الإقليم كما تشارك في الحملات القومية التي تنفـذ علـي أرض الإقليم.

- وتذيع إذاعة شمال الصعيد برامجها علي فترتين : الفترة الصباحية مـن الساعة الثامنة لمدة ساعة والفترة المسائية من الساعة الخامـسة حتـي الساعة التاسعة مساء.
- وبلغ المتوسط اليومي لساعات إرسـال إذاعـة شـمال الـصعيد عـام ١٩٩٠/٨٩ م٧ ساعات و٩ دقائق ووصل عام ٢٠٠٠/٩٩ م١٦ سـاعة و١٧ دقيقة.

٥- إذاعة شمال سيناء (١٩٨٤) :

☒ أهداف إذاعة شمال سيناء :

- ✓ تقديم خدمة إذاعية محلية لمحافظة سيناء تتضمن الإعـلام والتثقيـف والترفيه.
- ✓ تقديم برامج متخصصة تهدف إلي خلق وعي وطني وقومي وثقـافي وأدبي عن طريق إبراز الإعلام والتعريف بالأماكن الحضارية والدور الحضاري لشمال سيناء.
- ✓ تقديم البرامج التي تخدم الأهداف القومية الخاصة بزيادة الإنتاج وتنظيم النسل وترشيد الاستهلاك وغير ذلك من الأهداف العليا للوطن
- ✓ تقديم برامج خدمات مباشرة وغير مباشرة لجماهير المـواطنين فيمـا يتعلق بالخدمات الطبية والعلاجية والزراعية والـصناعية والحرفيـة والاجتماعية والاقتصادية
- ✓ اكتشاف وتشجيع المواهب الجديدة من كتاب وفنانين وإعطائهم الفرصة للتقدم.

☒ نشأة إذاعة شمال سيناء وتطورها :

بدأت إذاعة شمال سيناء إرسالها في يوم الأربعـاء ٢٥ ابريـل عـام ١٩٨٤ حيث رؤي أن تقوم بالدور الرئيسي بدلا من الإعـلام الإسـرائيلي لأهالي العريش ورفح والشيخ زيد وبئر العبد ونخل والحسنة وتجمعات البدو

وسكان القري من مختلف نجوع محافظة شمال سيناء حيث تقوم بتقديم الخدمات ومد جسور الاتصال بين سيناء والوطن الأم وتقدم هذه الإذاعة برامج لها طابع خاص مع البيئة المستهدفة والأهالي منها : صوت سيناء، مواهب شابه، مع الناس، أمسية البادية، أفراح أرض الفيروز، عمار ياسينا، ما تطلبه سيناء فضلا علي التغطية الإعلامية والدينية والزراعية وبرامج الخدمات العامة.

☒ وبلغ المتوسط اليومي لإرسال إذاعة شمال سيناء خلال عام ٨٩/١٩٩٠م٨ ساعات و١٤ دقيقة، ارتفع عام ٩٩/٢٠٠٠ م ١٨ ساعة ٨ دقائق مقابل خلال عام ٨٥/١٩٨٦ م (١٨٩٨) ساعة.

٥- إذاعة جنوب سيناء (١٩٨٥) :

بدأت إذاعة جنوب سيناء يوم ١٣ ابريل ١٩٨٥ وتعمل علي تحقيق التلاحم بين الإذاعة ومستمعيها بما تقدمه من برامج تخدم أبناء البادية وتلقي الضوء علي أهمية منطقة سيناء : ماضيا وحاضراً ومستقبلاً وإثارة حماس أبنائها للنهوض بها ومعالجة الظواهر السلبية التي تعوق المجتمع.
بلغ المتوسط اليومي لساعات إرسال إذاعة جنوب سيناء عام ٨٩/ ١٩٩٠ م٦ ساعات و٣٨ دقيقة وصلت عام ٩٩/٢٠٠٠م١٥ ساعة و٢٢ دقيقة.

٧- إذاعة القناة (١٩٨٨):

بدأت إذاعة القناة يوم ٢٥ اكتوبر ١٩٨٨ تبث برامجها لمنطقة القناة وتحقق رسالتها في التعمق في مشكلات جماهير الإقليم ومتابعة حركة التنمية والاهتمام بمواهب ومهارات أبناء المنطقة.

☒ وتستهدف إذاعة القناة : مدن القناة الثلاث الإسماعيلية بور سعيد والسويس بغرض :

- العمل علي حل مشاكل الجماهير وربط المواطن بالمسؤول.
- تقديم الخدمة الإخبارية المحلية والقومية والعالمية للمستمع.
- تقديم الخدمة الثقافية المرتبطة بالبيئة المحلية والتطرق للمجالات القومية والعالمية.

- تقديم البرامج الترفيهية والموسيقي خاصة المحلي منها.
- اكتشاف وتشجيع المواهب في شتي نواحي الفكر والإبداع.

☒ ساعات إرسال إذاعة القناة :

وجدير بالذكر أنه منذ افتتاح إذاعة القناة في ٢٥ اكتوبر ١٩٨٨ وحتي ١٩٨٩/٦/٣٠ م نمت إذاعة ٢٥٥٨ ساعة إرسال بمتوسط يومي ١٠ ساعات و١٦ دقيقة. ارتفعت خلال عام ١٩٩٠/٨٩ م إلي ١١ ساعة و١٨ دقيقة وعام ٢٠٠٠/٩٩ إلي ١٩ ساعة ودقيقتين.

٨- إذاعة الوادي الجديد (١٩٩٠):

☒ بدأت إذاعة الوادي الجديد يوم ١٩٩٠/٦/١ لخدمة المجتمع المحلي بالوادي الجديد إعلاميا وثقافيا وترفيهيا وربط هذا الإقليم بعجلة التنمية علي المستوي القومي وتبني مشاكل جماهير المنطقة وفتح قناة للاتصال المباشر بينهم وبين الأجهزة الشعبية والتنفيذية والإسهام بدور ملموس في علاج المشكلات اليومية للمستعمين مع المرافق والخدمات المختلفة.

☒ وتهدف إذاعة الوادي الجديد أيضا إلي تقديم الخدمة التثقيفية المرتبطة بالبيئة المحلية لجمهور المستمعين في مختلف المجالات الأبية والعلمية والدينية بالإضافة إلي تقديم الخدمة الإخبارية والاهتمام بتقديم المواد الدرامية النابعة من البيئة المحلية وتقديم جرعة ترفيهية لجمهور المستمعين من الموسيقي والغناء المحلي.

☒ بلغ المتوسط اليومي لساعات إرسال إذاعة الوادي الجديد عام ١٩٩١/٩٠ م ٥ ساعات و٨ دقائق ارتفعت عام ٢٠٠٠/٩٩ م إلي ١٥ساعة و ٨ دقائق.

٩- إذاعة مطروح (١٩٩١) :

☒ بدأت إذاعة مرسي مطروح يوم ٣١مايو ١٩٩١ م وتهدف إلي خدمة المجتمع المحلي ثقافيا وإعلاميا وترفيهيا

☒ بلغ متوسط ساعات الإرسال اليومي لإذاعة مطروح عام ١٩٩٣/٩٢

م٤ ساعات و٢٢ دقيقة ارتفعت عام ٩٩/٢٠٠٠م إلي ١٦ ساعة و٢٢ دقيقة.

١٠- إذاعة جنوب الصعيد (١٩٩٣) :

- ☒ بدأت إذاعة جنوب الصعيد يوم ٣١مايو ١٩٩٣ وتهدف غلي خدمة إقليم جنوب الصعيد ثقافيا وإعلاميا وترفيهيا وبلغ المتوسط اليومي لساعات إرسالها عام ٩٤/١٩٩٥ م ٤ ساعات و٤٧ دقيقة، ارتفعت عام ٩٩/٢٠٠٠ م إلي ١٣ ساعة و٢٨ دقيقة.
- ☒ وبصفة عامة تسعي شبكة الإقليميات من خلال خدماتها الإذاعية السابقة إلي ترسيخ المفاهيم التنموية لدي المواطن العادي مما يجعله مساهماً مساهمة فعالة في الحفاظ علي عناصر الحياة التي تحيط به من مرافق عامة ومؤسسات محلية وقومية ومشاركا في صنع القرار من خلال الممارسة الديمقراطية ولذلك تجيء استراتيجية شبكة الإقليميات علي النحو التالي : -

- رفع مستوي المتلقي فكريا وحضاريا واجتماعيا.
- نشر الوعي السياسي وتبصير المواطن بقضايا الإقليم خاصة في مجال البيئة والصحة والسكان.
- إلقاء الضوء علي مشروعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية داخل كل إقليم وابراز تجارب الآخرين للاستفادة منها.
- دعم الانتماء الوطني والاهتمام بقضايا الطفولة والأمومة والشباب.
- العمل علي اكتشاف المواهب في شتي نواحي الفكر والإبداع وصقلها وتشجيعها.
- تقديم المواد الترفيهية الراقية التي تحقق دورها في الارتقاء بالذوق العام.
- تقديم الخدمات التعليمية لتلاميذ وطلاب مختلف المراحل التعليمية.

ثالثاً : الشبكة الثقافية :

- ❖ تبلورت أهداف الشبكة علي النحو التالي :
  - تجميع المادة الإذاعية واقتراح الشكل المناسب لإنتاجها.

- اختيار الموضوعات التي تنتج علي شكل برنامج خـاص أو برنـامج تسجيلي.
- إذاعة النشرات الإخبارية.
- إنتاج الأعمال الدرامية وخاصة المسرحيات العالمية المترجمة والعربية ذات المستوي الرفيع ومواكبة المناسبات الثقافية المتنوعة.
- إعداد وتقديم الأعمال الموسيقية المختلفـة مـن موسـيقي الـشعوب والموسيقي الخفيفة والموسيقي الكلاسيكية.
- إعداد وتقديم البرامج المميزة لخدمة أهداف البرامج الموسـيقية مـن شرح وتوضيح بطبيعة ومضمون كل عمل موسيقي.
- نقل وإذاعة المهرجانات الفنية والموسيقية والحفلات الخارجية.
- إعداد وتقديم البرامج والندوات الأدبية الخاصـة بـالعلوم الإنـسانية والعلوم الطبيعية..
- الاشتراك في المسابقات المحلية أو الدولية التي تقام بـين الإذاعـات المحلية والعالمية.
- إعداد وتقديم الدراسات المؤلفة والمترجمة والبرامج الشعرية وبـرامج الأدب والفنون. والعلوم والنقد والبرامج الحوارية.
- إذاعة مناقشة الرسائل الجامعية (ماجستير – دكتوراه) وتقديم الدراسات العليا بعد المرحلة الجامعية.
- التنسيق بين برامج الخدمات الإذاعية التابعة للشبكة.

ساعات إرسال الشبكة الثقافية وخدماتها الإذاعية :

تتكون الشبكة الثقافية من البرنامج الأوربي المحلي والبرنامج الثاني والبرنامج الموسيقي ولأول مرة تبدأ مصر بتشغيل محطات اف،ام التي تجسم الصوت وتنقيه كما هو متبع في إذاعات الدول المتقدمة حيث تذاع الـشبكة الثقافية بالإضافة إلي الدرجات المتوسطة وموجات التشكيل التـرددي F.M علي الأقمار الصناعية فيذاع البرنامج الموسيقي علي موجه حاملة فرعيـة مصاحبة للقناة الثالثة ويذاع البرنامج الثقافي علي موجـه حاملـة فرعيـة مصاحبة لقناة المعلومات علي القمر المصري نايل سات.

✓ وبلغ إجمالي ساعات إرسال الشبكة الثقافية عام ١٩٩٠/٨٩م ١٣٣٦٦ ساعة بمتوسط يومي ٣٦ ساعة و٣٧ دقيقة بنسبة ١٧,٦ % من إجمالي ساعات إرسال الشبكات أل إذاعية ووصلت عام ٢٠٠٠/٩٩ م إلي ٥١ ساعة و ١١ دقيقة موزعة علي ثلاث خدمات إذاعية علي النحو الآتي :

ا- البرنامج الأوربى المحلي (١٩٣٤) يختص البرنامج الأوربى بالآتي :

- إعداد وتقديم البرامج المميزة لخدمة أهداف إرسال البرنامج الأوربي المحلي.
- تطوير البرامج واستحداث برامج جديدة بخطة الدورة الإذاعية.
- اختيار الموضوعات المنتجة وتقديمها بالشكل المناسب.
- اختيار وتقديم الأعمال الموسيقية.

ويقدم البرنامج الأوربي خدماته بست لغات هي / الإنجليزية، الفرنسية، الألمانية، الإيطالية، اليونانية والأرمنية بهدف إبراز وجه مصر الحضاري والثقافي وإنجازاتها الداخلية والخارجية وتوضيح وجهات نظرها إزاء القضايا والمشكلات الإقليمية والدولية.

☒ وبلغ المتوسط اليومي لساعات إرسال البرنامج الأوربي المحلي خلال عام ١٩٩٠/٨٩ م١٥ ساعة و٥٧ دقيقة ارتفعت عام ٢٠٠٠/٩٩م إلي ١٩ ساعة و ١١ دقيقة.

٢- البرنامج الثاني (١٩٥٧) :

يختص البرنامج الثقافي بالآتي :

- ✓ تغطية النشاطات العلمية في نطاق العلوم.
- ✓ مواكبة المناسبات الثقافية المتنوعة.
- ✓ إنتاج وتقديم الدراسات المؤلفة والمنوعة التي تشرح وتقدم المفاهيم الأدبية الجديدة.
- ✓ إنتاج البرامج التي تناقش ما ظهر من إنتاج ابداعي وأدبي للشباب.
- ✓ انتاج وتقديم البرامج التي تبرز اتجاهات الفن الشعبي في مصر وسائر بلدان العلم.
- ✓ إعداد وتقديم النصوص الأدبية المؤلفة والمترجمة.

❖ وبلغ إجمالي ساعات إرسال البرنامج الثقافي خلال عام ٨٩/١٩٩٠م ١٣٦٩ ساعة بمتوسط يومي ٣ ساعات و٤٧ دقيقة وارتفع عام ٩٩/٢٠٠٠ إلي ٨ ساعات.

٣- البرنامج الموسيقي (١٩٦٨):

يختص البرنامج الموسيقي بالآتي :

- تقديم البرامج المميزة لخدمة أهداف البرامج الموسيقية
- تطوير البرامج بما يصلح من مقترحات المستمعين واستحداث برامج جديدة بخطة الدورة الإذاعية.
- كما يقدم البرنامج الموسيقي روائع الموسيقي العالمية من موسيقي كلاسيك وموسيقي خفيفة والمعزوفات التي تقدم في المهرجانات العالمية إلي جانب تقديم موسيقي الشعوب التي تحظي باهتمام كبير من مستمعي الجاليات في مصر وخاصة في المناسبات القومية التي تحتفل بها الدول التي تتبادل علاقات دبلوماسية مع جمهورية مصر العربية، كما يقدم البرنامج التراث العربي من الغناء والموسيقي كذلك المؤلفات المصرية والعربية العالمية.

❖ ساعات إرسال البرنامج الموسيقي

قدم البرنامج الموسيقي خلال عام ٨٩/١٩٩٠ م ١٦ ساعة و٥٣ دقيقة يوميا وتصل إلي ٢٤ ساعة عام ٩٩/٢٠٠٠ م

٤- الشبكة الدينية (إذاعة القرآن الكريم (١٩٦٤) :

☒ أهداف شبكة القرآن الكريم :

✓ تهدف الشبكة الدينية (شبكة القرآن الكريم) علي ما يلي :
✓ إذاعة القرآن الكريم.
✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة بالأحاديث النبوية الشريفة وشرح هذه الأحاديث النبوية الشريفة.
✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة بتفسير القرآن الكريم.
✓ إعداد ونقل الأمسيات الدينية الخاصة بالمناسبات الدينية والتي تتناول

الاحتفال بمعلم إسلامي أو شخصية إسلامية.

- ✓ المشاركة في إعداد وتقديم وإذاعة المهرجانات واللقاءات الإسلامية.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة بالدراسات والاجتهادات التي تصدر عن المتخصصين من رجال الدين حول قضايا التفسير.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة بالفقه الإسلامي من عبادات ومعاملات وأحوال شخصية.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة للرد علي تساؤلات المستمعين في النواحي الدينية مع الاستعانة بالمتخصصين من رجال الدين.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج للأسرة المسلمة بما يتناسب مع نوعياتها المختلفة (شباب – امرأة – طفل) لتبسيط أمور الدين وضمان سلامة السلوك في الحياة
- ✓ متابعة المؤتمرات الإسلامية العربية والعالمية والاستفادة من نتائج هذه المؤتمرات في إعداد برامج دينية.

☒ ساعات إرسال الشبكة الدينية :

تغطي الشبكة الدينية جميع أنحاء الجمهورية وشمال أفريقيا والشرق الأوسط وجنوب أوربا حيث تذاع علي موجات متوسطة تغطي كافة مناطق الجمهورية بقوة بث رئيسية ٥٠٠ كيلو وات وموجات فرعية إضافية وتصل إلي الأقطار المجاورة ليلاً وتذاع علي موجات التشكيل الترددي F.M فتغطي أسوان، الأقصر، المنيا، أسيوط، مطروح، العريش، نويبع، شرم الشيخ والطور كما تذاع علي الموجه الحاملة الفرعية ٧,٥٦ ميجاهرتز علي لقمر الأوربي W2 في الموقع المداري ١٦ درجة شرقا والحيز KU وتغطي شمال أفريقيا، الشرق الأوسط، وجنوب أوربا.

وبلغ إجمالي ساعات إرسال الشبكة الدينية (شبكة القرآن الكريم) خلال عام ١٩٨٩/١٩٩٠ م حوالي ٧٣٨٣ ساعة بمتوسط يومي ٢٠ ساعة و١٤ دقيقة بنسبة ٩,٧% من إجمالي ساعات إرسال الشبكات الإذاعية وتذاع علي مدي ٢٤ ليل نهار في عام ٩٩/٢٠٠٠م.

٥- الشبكة التجارية (شبكة الشرق الأوسط) :

أهداف الشبكة التجارية علي النحو التالي :

- ✓ إذاعة النشرات الإخبارية ومواجيز الأنباء.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الثقافية والأدبية والدينية.
- ✓ إذاعة الإعلانات التجارية التي لا تخل بالأهداف القومية، والتي عن طريقها يتم تحقيق دخل من العملات الأجنبية والمحلية وذلك بالتنسيق مع قطاع الشئون المالية والاقتصادية.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج التي تتناسب مع المجتمع العربي من حيث ذوقة ومكانة المستمعين في أرجاء الوطن العربي.
- ✓ إعداد وإذاعة برامج لتعليم اللغات حيث إنها تهم الشباب من الجنسين.
- ✓ إنتاج وإذاعة المسلسلات الدرامية والتمثيليات التي تتفق مع طبيعة الشبكة.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج التي تعالج مشاكل المجتمع اليومية والتي تهتم بربط المستمعين بالأحداث القومية والعربية.

☒ ساعات إرسال الشبكة التجارية :

تذاع برامج شبكة الشرق الأوسط علي الموجات المتوسطة التي تغطي معظم أنحاء الجمهورية ويصل إرسالها إلي مناطق الجزيرة العربية والشام وليبيا وتونس وتصل من خلال البث الفضائي إلي أوربا وشمال أفريقيا ودول شرق البحر المتوسط عن طريق القمر الأوربي W2 في الموقع المداري ١٦ درجة شرقاً الحيز KU علي موجة حاملة فرعية ٧,٣٨ ميجاهرتز وعلي القمر الصناعي المصري نايل سات (٧ درجات غرباً) علي موجه حامله فرعية مصاحبة للقناة الفضائية الثانية وعلي القمر أسياسات (٢) بالموقع المداري ١٠٠,٥ درجة شرقا علي موجه فرعيه ٧,٥٦ ميجاهرتز وعلي القمر العالمي افريستار (الراديو الفضائي) وبلغ اجمالي ساعات إرسال الشبكة التجارية خلال عام ١٩٨٦/٨٥ حوالي ٥٤٦٢ ساعة بمتوسط يومي ١٤ ساعة و٥٨ دقيقة بنسبة ٦,٣٥ % من إجمالي ساعات إرسال الشبكات الإذاعية الست بعد استبعاد الشبكة السابعة (الموجهة) وارتفع عام ١٩٩٠/٨٩ م إلي ٥٤٦٠

ساعة بمتوسط يومي ١٤ ساعة و٥٨ دقيقة وإلي ٨٧٨٤ ساعة بمتوسط يومي ٢٤ ساعة عام ٩٩/٢٠٠٠م وبنسبة ٦,٦% من إجمالي ساعات إرسال الشبكات الإذاعية السبع بعد استبعاد الشبكة الثامنة (شبكة الإذاعات الموجهة).

٦- الشبكة العربية (شبكة صوت العرب) :

☒ أهداف الشبكة العربية :

- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة بشرح وجهة نظر مصر في الشئون العربية وابراز نضالها المتواصل في خدمة القضايا والأهداف العربية.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة بمواكبة جهود التنمية والنهضة العربية في ربوع المنطقة العربية وتوعية الجماهير العربية بالتحديات المشتركة ومجالات العمل العربي المشترك.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة بمواكبة معطيات الحضارة الحديث مع الاحتفاظ بجذورنا الأصيلة والعريقة وتأكيد مكانة مصر والأمة العربية في المجال الدولي وابراز إسهامها في الحضارة الإنسانية.
- ✓ إعداد البرامج الخاصة بإبراز دور مصر في المجال الأفريقي عموما ووادي النيل علي وجه الخصوص وتعميق العلاقة العضوية بين مصر والسودان ومواكبة جهود التكامل بينها والإسهام في تقديم الخدمة الإعلامية للشعب السوداني الشقيق وللسودانيين المقيمين في مصر.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج التي تلقي الأضواء علي القضية الفلسطينية : ومتابعة أنبائها وتحليليها ومواكبة الجهود المبذولة التي تبذل لحلها وابراز نضال مصر من اجل فلسطين وتقديم الخدمة الإعلامية للشعب الفلسطيني في داخل الأرض المحتلة وخارجها.
- ✓ تحرير النشرات الإخبارية والمواجيز وعروض الأنباء بعد الحصول عليها من مصادرها المختلفة من الأخبار وإذاعتها.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج التي تؤكد مكانة مصر القيادية والحضارية ومسئوليتها الخاصة في المنطقة العربية.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج السياسية للمناسبات الوطنية والقومية الطارئة في

مصر والوطن العربي.

- ✓ إعداد وتقديم برامج التراث العربي والإسلامي والقيم الروحية والمثـــل العليا النابعة منه وتأكيد الوحدة الفكرية والثقافية للوطن العربي.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الدينية وإذاعة القرآن الكريم.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج التثقيفية بمختلف أنواعها في إطار طبيعة الشبكة ورسالتها وأهدافها.
- ✓ إنتاج وإذاعة المسلسلات الدرامية خاصة ما كان متعلقا بالتراث العربي والإسلامي والإنتاج الروائي للكتاب والأدباء العرب
- ✓ التنسيق بين برامج الخدمات الإذاعية التابعة للشبكة
- ✓ تقديم المقترحات اللازمة لإعداد خطة الشبكة ضمن إطار الخطة العامة للإذاعة.

☒ ساعات إرسال الشبكة العربية :

تذاع الشبكة العربية علي موجات متوسطة وقصيرة ومن خلال البـــث الفضائي تذاع علي موجات متوسطة تغطي كافة أنحاء مصر ومناطق العالم العربي وشرق إفريقيا ليلاً بقدرة ألفي كيلو وات وموجه رئيسية موجهه بقدرة ٦٠٠ كيلو وات لبث برامج إذاعات وادي النيل وفلسطين والبرنامج العبري كما تغطي بموجات قصيرة شمال إفريقيا وجنوب أوربا والخلـــيج العربـــي ووسط أفريقيا بالإضافة إلي تغطية أوربـــا وشـــمال أفريقيـــا ودول البحـــر المتوسط علي القمر الأوربي (w2) في الموقع المداري ١٦ درجـــة شـــرقا والحيز ku علي موجه حامله فرعية مصاحبة للقناة التليفزيونية الثانية (ق٢) وتذاع إذاعة وادي النيل وفلسطين علي موجه حامله فرعية مصاحبة لقنـــاة النيل للدراما.

☒ تضم الشبكة العربية ثلاث إذاعات هي : إذاعات صـــوت العـــرب وفلسطين ووادي النيل وبلغ إجمالي ساعات إرسالها خلال عـــام ١٩٨٦/٨٥ حوالي ٩٣٤٨ ساعة بمتوسط يومي ٢٥ ساعة و٣٧ دقيقة بنسبة ١٠,٨٧ % من إجمالي ساعات إرسال الشبكات الإذاعية السبع وبنسبة ١٤,٦٨% مـــن إجمالي ساعات إرسال الشبكات الإذاعية الست بعد استبعاد الشبكة الـــسابعة

(الموجهة) ارتفع عام ١٩٨٩/١٩٩٠ م إلي ٩٣٤٥ ساعة بمتوسط يـوم ٢٥ ساعة و٣٦ دقيقة بنسبة ١٢,٣ % من إجمالي الإرسال الإذاعي وارتفع عام ٩٩/٢٠٠٠م إلـي ١٢٨١٠ سـاعة بمتوسـط يـومي ٣٥ سـاعة بنسبة ٩,٦% من إجمالي ساعات الإرسال للشبكات الإذاعيـة الـسبع بعـد استبعاد شبكة الإذاعات الموجهة ذات الطبيعة الخاصة.

١- إذاعة صوت العرب :

✓ تهد ف إذاعة صوت العرب إلي تعميق الـشعور القـومي العربـي وابراز الروابط العميقة التي تجعل من الوطن العربـي أسـرة واحـدة ذات مصير واحد وإلقاء الأضواء علي أمانات الأمة العربيـة ومجـالات العلـم العربي المشترك والتعبير عن وجهة نظر مصر في الشئون العربية وإبراز دورها العربي وكان إرسالها في البداية نصف ساعة ثم تطور إلي ٢١ ساعة يوميا ثم ٢٤ ساعة.

٢- إذاعة فلسطين :

تهدف إذاعة فلسطين من القاهرة إلي :-

- متابعة الأنباء والأحداث والنشاطات بالقضية الفلسطينية وتقـديم الخدمـة الإخبارية اللازمة عنها من النشرات والتعليقات والبرامج الـسياسية بمـا يواكب النضال من اجل القضية الفلسطينية وما يحقق الشعب الفلسطيني من إنجازات وما يواجهه من تحديات.
- اقترح تقديم البرامج التي تعمق الروابط النضالية بين شعب مصر وشعب فلسطين وتلقي الأضواء علي الشخصية الفلسطينية والتـراث الفلـسطيني والعادات والتقاليد التي تربط المواطن الفلسطيني حيثمـا كـان بجـذوره الأصلية.
- تقديم الخدمة الإعلامية والتثقيفية والترفيهية للشعب الفلسطيني في الأرض المحتلة وخارجها.
- اقتراح خطط وبرامج إذاعة فلسطين في الدورات الإذاعيـة والمناسـبات والإشراف علي تنفيذها بعد اعتمادها.
- تزويد إذاعة صوت العرب بما تحتاج إليه من مواد وتسجيلات فلسطينية.

☒ وبلغ إجمالي ساعات إرسال إذاعة فلسطين من القاهرة خـــلال عـــام ٨٩/١٩٩٠ حوالي ١٨٢٥ ساعة بمتوسط يومي ٥ ساعات ارتفـــع إلـــي ٧ ساعات عام ٩٩/٢٠٠٠.

٣- إذاعة وادي النيل :

تهتم إذاعة وادي النيل بالآتي :

- ✓ متابعة الأنباء والأحداث المصرية والسودانية ذات الاهتمـــام المـــشترك وتقديم الخدمة الإخبارية والسياسية بما يبرز دور مصر والسودان عربيا وأفريقيا.
- ✓ اقتراح وتقديم البرامج التي تساعد علي تعميق الـــروابط بـــين مـــصر والسودان والتي تواكب جهود التكامل بينهما في شتي المجالات.
- ✓ تقديم الخدمة الإعلامية والثقافية والفنيـــة للـــشعب الـــسوداني الـــشقيق والسودانيين المقيمين في مصر.
- ✓ ربط السودان بالوطن العربي وربط السودانيين المقيمـــين فـــي الـــبلاد العربية بوطنهم في السودان.
- ✓ اقتراح خطط الدورات الإذاعية لإذاعة وداي النيـــل والإشـــراف علـــي تنفيذها لعمل تسجيلات سودانية للبرامج المختلفة في الشبكة.
- ✓ اقتراح الإنتاج الغنائي والموسيقي السوداني والإشراف علي تنفيذه.

☒ نشأة إذاعة ولدي النيل وتطورها :

تعتبر إذاعة وادي النيل الامتداد لركن السودان وبدأت في أول ينـــاير عام ١٩٨٤ بناء علي قرار المجلس الأعلي للتكامل رقم ٤٥ لـــسنة ١٩٨٣ الصادر في ١٠ سبتمبر عام ١٩٨٣ بهدف تغطية منطقة التكامل بين مصر والسودان إعلامياً وثقافياً وترفيهياً.

وبلغ إرسال إذاعة وادي النيل خلال عام ٨٩/١٩٩٠م – وحتي الآن – حوالي ١٤٦٠ ساعة بمتوسط يومي ٤ ساعات.

٧- شبكة الشباب والرياضة ١٩٩٥ :

☒ تبلورت أهداف شبكة الشباب والرياضة فيما يلي :

- وضع التصور العام لأسلوب شبكة الشباب الذي يميزها ويحدد شخصياتها والذي يحقق رسالتها وأهدافها
- بحث خطط الدورات الإذاعية وخطط المناسبات ومناقشتها مع العاملين في الشبكة
- متابعة سير العمل واعتماد المذيعين والنصوص المذاعة وتقارير التسجيل.
- اقتراح تكليفات العاملين بشبكة الشباب والرياضة.
- متابعة بنود الموازنة المالية المخصصة لشبكة الشباب والرياضة علي أوجه الاتفاق المختلفة وإجراء التعديلات التي تتطلبها الموائمة بين نشاطاتها أو ترشيد الاتفاق فيها.
- متابعة نشاط الخدمة علي الهواء من واقع تقارير المتابعة سواء من داخل الشبكة أو خارجها والاستفادة من ذلك في التخطيط لعمل الخدمة
- إعداد التقارير الدورية لعمل الخدمة وإنجازاتها ورفعها لرئيس الإذاعة.
- إعتماد التعديلات الطارئة التي تتطلبها الظروف للبرامج ورفع ما يحتاج منها إلي الاعتماد من جهات عليا.
- إبداء الرأي في طلبات الإعارة والإجازة بدون مرتب والإيفاد في المهمات الإذاعية.

☒ نشأة إذاعة الشباب والرياضة وتطورها :

بدأت إذاعة الشباب إرسالها في ٦ اكتوبر ١٩٧٥ وتحول اسمها إلي إذاعة الشباب والرياضة عام ١٩٨١ وفي الأول من يناير ١٩٩٥ انفصلت إذاعة الشباب والرياضة عن الشبكات المحلية وأصبحت شبكة إذاعية مستقلة إيمانا من المسئولين بأهمية هذه الخدمة ودورها الحيوي الملموس في توجيه الشباب والتعرف علي مشكلاتهم والسعي نحو التنسيق مع كافة الأجهزة المعنية وكذلك إشباع رغبات الشباب واحتياجاتهم في إطار أهداف الخطة.

وتهتم شبكة الشباب والرياضة بقطاعات الشباب علي مختلف مستوياتهم الثقافية والاجتماعية ويقع عليها العبء الأكبر في توعية الشباب بالأحداث المحلية والعالمية التي يعيشها مجتمعهم وتتفاعل وتناقش مشكلاتهم

وقضاياهم وتبني أفكارهم وتعبر عنهم من خلال إرسالها المستمر علي مدار ٢٤ ساعة.

٨- شبكة الإذاعات الموجهة ١٩٥٢ :

تهتم شبكة الإذاعات الموجهة بالآتي :

- ✓ إذاعات النشرات والتعليقات والبرامج لالقاء الضوء علي سياسات مصر في المجالات الداخلية والخارجية.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج التي تهدف إلي تحقيق رسالة قطاع الإذاعة في مجال الإعلام الدولي وكسب الرأي العام إلي وجهة النظر المصرية.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج التي تهدف إلي تنوير الرأي العالمي بمباديء مصر.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج التي تهدف إلي تعريف العالم بالحضارة والفكر والثقافة والعلوم المصرية والعربية.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة بزيادة الروابط بين الشعب المصري وشعوب العالم.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة بتقديم وجهات النظر المصرية بالنسبة للمشاكل الدولية
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة بتصحيح المعلومات التي تروج عن مصر مع تقديم كافة الحقائق بالأساليب الإعلامية.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة بالدعوة لتوحيد الجهود في المجالات الأفريقية والآسيوية وبين دول عدم الانحياز.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة بنشر مباديء الدين الإسلامي وبرامج الفتاوي والتفسير للدعوة الإسلامية.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الخاصة بنشر اللغة العربية بين الشعوب الإسلامية حتي تصبح اللغة العربية إحدي الروابط التي تدعم علاقتنا بدول العالم.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج التي تربط المغتربين المصريين والعرب بأوطانهم الأصلية وحثهم علي التجمع والترابط.
- ✓ إعداد وتقديم البرامج الدينية وإذاعة القرآن الكريم

- ✓ إنتاج التمثيليات والبرامج الدرامية
- ✓ إعداد وتقديم وإذاعة برامج تعليم اللغة العربية بالراديو
- ✓ إعداد وتقديم البرامج التي تعرف المستمع في القارات المختلفة بمصر ووجهة نظرها في القضايا المختلفة
- ✓ الاستعانة بالعاملين من مختلف الجنسيات المتواجدين بمصر لتقديم البرامج بلغاتهم المختلفة لمخاطبة شعوبهم

☒ نشأة الإذاعات الموجهة وتطورها :

بدأت الإذاعات الموجهة عام ١٩٥٣ للتعريف بوجهة نظر مصر وتقديم برامجها من خلال ٤٥ إذاعة مستخدمة ٣٥ لغة وبلغ إجمالي ساعات إرسالها عام ١٩٩٠/٨٩م ٢٠٧١٣ ساعة بمتوسط يومي٥٦ ساعة و٤٥ دقيقة وارتفع عام ٢٠٠٠/٩٩ م إلي ٢٥٤٢٥ ساعة و٤٥ دقيقة بمتوسط يومي ٦٩ ساعة و٣٠ دقيقة، مخاطبة خمسة مناطق رئيسية هي :

١. منطقة آسيا واستراليا والشرق الأوسط وبدأت عام ١٩٥٣ وتذيع يوميا ١٩ ساعة و٤٥ دقيقة
٢. إسرائيل : وبدأت عام ١٩٥٤ م وتذيع يوميا ١٠ ساعات و٤٥ دقيقة.
٣. منطقة الأمريكيتين وبدأت عام ١٩٥٥م وتذيع يوميا ١٠ ساعات و٤٥ دقيقة.
٤. منطقة أوربا : وبدأت عام ١٩٥٦ م وتذيع يوميا ٧ساعات و٤٥ دقيقة
٥. منطقة أفريقيا وبدأت عام ١٩٥٩ وتذيع يوميا ١٣ ساعة و٤٥ دقيقة.

- ❖ وأهم اللغات واللهجات التي تذاع بها برامج الإذاعات الموجهة هي : العربية، الإنجليزية، الفرنسية، الصومالية، البرتغالية، بمبره، تايلاندي، أندونيسي، أوردي، فارسي، سواحيلي، أمهري، شونا، لينجالا، بوربا، اندبيلي، اوزبكي، ماليزي، هندي، بشتو، الماني، عفري، زولو، اسباني، هاوسا، فولاني، أولوف، عبري، تركي، ايطالي، روسي، بنغالي، الباني، طباجيكي، وازاري.
- ❖ ويتوزع إرسال الإذاعات الموجهة عام ٢٠٠٠/٩٩ علي ثمانية أنواع من البرامج هي البرامج : السياسة (٣٠,١٩%) الثقافية (٢٢,١٤%)،

الترفيهية (٢٠,٤٦%) الدينية (١٨,٤٩%)، التعليمية (٥,٣٤%) الطوائف (٢,٢٧ %) الخدمات والتوعية (٠,٦٨%) والدراما (٠,٤٣%).

❖ وجدير بالذكر أن الإذاعات الموجهة تذاع من خلال ٢٤ محطة بث موجهة علي مراكز أبيس أبو زعبل، المقطم، والعريش والقمر أسياسات (٢) بالموقع المداري ١٠٠,٥ درجة شرقا علي موجه حاملة فرعية ٨ ميجاهرتز، كما تم في عيد الإعلاميين السادس عشر في مايو ١٩٩٩ إعطاء إشارة بدء بث برامج إذاعات الموجهة إلي دول غرب ووسط وجنوب افريقيا علي الأشعة الثلاثة للقمر العالمي أفريستار ضمن شبكة وورلد سبيس العالمية World space وتم إطلاق القمر افريستار الذي نبث عليه برامجنا الإذاعية يوم ٢٨ اكتوبر ١٩٩٨ مما يمهد الطريق لتواصل مصر دورها في ربط الأمة العربية بمختلف دول العالم.

٩- شبكة الاذاعات المتخصصة ٢٠٠٠ :

☒ أعطى الرئيس محمد حسني مبارك إشارة البدء لانطلاق شبكة الإذاعات المتخصصة في عيد الإعلاميين السادس عشر (مايو ١٩٩٩) والتي تضم سبع إذاعات تبث إرسالها علي الموجات العادية إضافة إلي البث الفضائي المصري نايل سات والقمر الفضائي الإذاعي افريستار ومن المخطط له أن تضم هذه الشبكة العديد من الإذاعات المتخصصة في إذاعة الأخبار، إذاعة الكبار، إذاعة الأسرة والطفل، وإذاعة رواد الغناء والإذاعة الضاحكة. الإذاعة التعليمية.والإذاعة الطائرة.

☒ وبدأت في عيد الإعلاميين السابع عشر مايو ٢٠٠٠ أربع إذاعات متخصصة بث إرسالها هي :

١- إذاعة الأخبار : كأول إذاعة متخصصة في المنطقة العربية مخصصة للأخبار وما يتعلق بها من رسائل وتقارير إخبارية وندوات.

٢- إذاعة كبار السن : وتقوم بتقديم الخدمات المختلفة لكبار السن سواء الخدمات الصحية أو النفسية أو الثقافية أو الدينية أو الترفيهية مع الحرص علي إشراكهم في البرامج المختلفة التي تقدم لهم وزياراتهم في أماكن تواجدهم.

٣- .إذاعة الأغاني : وتقدم الطرب الأصيل لرواد الغناء العربــي للارتقــاء بالذوق في مواجهة ما يكتظ به السوق من أغان هابطة.

٤- الإذاعة التعليمية : وتسعي لمساعدة الطلبة علــي اســتيعاب دروســهم ومناهجهم التعليمية لتقليل الاعتماد علي الدروس الخــصوصية وتقــديم برامج للمدرسين تساعدهم في أداء رسالتهم.

وجدير بالذكر أن الإذاعة التعليمية بدأت إرسالها ١٩٩٠/١/١ ضمن شبكة المحليات بمتوسط إرسال يومي ساعتين و٥٣ دقيقة،ووصــلت عــام ٩٩/٢٠٠٠م إلي ١٠ساعات و١٢ دقيقة.

ومن المخطط له بالنسبة للإذاعات المتخصصة الأخرى – التــي ســتبدأ قريبا إرسالها ما يلي :

١- إذاعة الأسرة والطفل : وتهتم بتوعية الأسرة بما يحقق لأطفالنا التنــشئة الصحيحة حيث بناء الشخصية الإيجابية التي تسهم مستقبلا فــي تنميــة المجتمع وتقدمه.

٢- الإذاعة الضاحكة : تهتم بتقديم كل ما يثير البهجة والضحك والتخفيــف من هموم الإنسان بعد أن أصبحت المشكلات والمآسي التي تتعرض لها الشعوب تدخل كل بيت وتهز مشاعر كل إنسان.

٣- الإذاعة الطائرة : وتبث برامجها من خلال طائرة تحلق فــي ســماء مصر لتعطي صورة واضحة عن حركة المرور وتقوم بتغطيــة أي أنشطة متحركة كسباق الدراجات أو المارثون أو السباحة الطويلة.

الفصل الرابع

نظريات الاتصال

- مقدمة عن نظريات الاتصال
- نظريات التأثير لوسائل الاتصال الجماهيري
- العوامل التي ساعدت في ازدهار الأبحاث حول تأثير وسائل الإعلام
- نظرية التأثير المباشر (إطلاق الرصاصة)
- نظرية التأثير المحدود لوسائل الإعلام
- نظرية التأثير المعتدل لوسائل الإعلام
- نظرية التأثير القوي لوسائل الإعلام
- نظرية الاستخدامات والإشباعات
- نظريات المعرفة من وسائل الإعلام
- نظرية التماس المعلومات
- نظرية فجوة المعرفة
- نظرية تمثيل المعلومات
- نظرية تحليل الإطار الإعلامي

نـظـريـــا ت   ا لاتـصـا ل

أصبحت الرسائل الإعلامية تحاصرنا حيثمـــا تكـــون مـــع اخـــتلاف مضامينها مما جعل لازما علي الباحثين في مختلف المجـــالات الاجتماعيـــة والسياسية والنفسية والإعلامية أن يبحثوا في تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية ولم تلق وسائل الإعلام وما يرتبط بها من نظريات العناية والدراسة الكافيـــة وتفرض الحكومات العربية ســيطرتها علـــي وســـائل الإعـــلام وتوصـــيل المعلومات إلي الجماهير وتعمل الحكومات علي توظيفها لخـــدمتها ولـــدعم أنظمتها ومساندة مشاريعها التنموية فيها وبفرض هذا ضرورة الوعي بـــأهم نظريات تأثير وسائل الإعلام ومعرفة الإمكانيات التي توفرها هذه النظريات للقائمين بالاتصال وذلك لتصميم رسائل أكثر فاعليـــة وتـــأثير ولاســـتخدام الوسائل المناسبة إلي الجمهور المناسب في التوقيت المناسب.

ومن خلال عرضنا لهذه النظريات الخاصة بوسائل الإعـــلام يمكننـــا معرفة النظريات الخاصة بالإذاعة وفيما يلي عرض لأكثر النظريات اتصالاً بالإذاعة :

نظريات التأثير لوسائل الاتصال الجماهيري :

إن الأبحاث حول تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيرية ابتدأت مع مطلع القرن العشرين وازدهرت في الأربعينيات ولاقت رواجا في الخمسينيات والستينات والسبعينات والثمانينات من هذا القرن ومازالت تلق اهتماما أكبر بالتوجه نحو المزيد من الدراسات للتحقق من التأثيرات علي المـــستويات الكبيـــرة مثـــل تأثيرها علي المجتمعات ككل أو تأثيرها علي المـــستويات الـــصغيرة مثـــل تأثيرها علي الأفراد والجماعات.

العوامل التي ساعدت في ازدهار الأبحاث حول تأثير وسائل الإعـــلام نـــذكر منها :

أولاً : كان الإعلان من العوامل الهامة في دعم الأبحاث في مجال تأثيرات وسائل الإعلام وخاصة بعد انتشار الراديو كوسيلة إعلانية حين أصبح المعلنون حريصين علي معرفة مدي فاعلية إعلاناتهم في التأثير علي

الجمهور ومدي استجابة المستهلكين لنداء إعلاناتهم وكان السبيل إلـــي ذلك هو طريق الأبحاث الميدانية.

ثانيا : ولا يغيب عن بالنا ما للدعاية المرافقة للحربين العـــالميتين الأولـــي والثانية من تأثير علي الاهتمام بأبحاث الاتصال فقد كان استخدام هتلر للدعاية عاملاً هاماً في ازدهار الدعاية المضادة في حلبـــة الـــصراع الدولي مما عزز رغبة الحكومات في تحليل الدعاية واكتشاف مـــدي تأثيرها علي الجمهور وإنشاء مراكز بحوث خاصة لذلك.

ثالثا : كان لاستخدام وسائل الإعلام الجماهيري خاصة بعد دخول الراديـــو والتليفزيون إلي حلبة الحملات الانتخابية في الولايات المتحدة – تأثير كبير علي ازدهار البحوث بعد أن تم توظيف وســـائل الإعـــلام تلـــك لاستقطاب جماهير الناخبين.

رابعاً : شهدت الأربعينات والخمسينيات موجة من الاهتمام في تنمية الـــدول المختلفة ومما حفز كثيرا من الباحثين لدراسة مـــدي تـــأثير وســـائل الاتصال في التنمية القومية وانتقال التحديث إلي الدول ما تحت النمـــو ورافق ذلك ازدهار في بحوث تدفق المعلومات وانتـــشار المبتكـــرات ودور الاتصال فيها.

خامساً : الثورة التكنولوجية في مجالات الاتصال – التي جعلت العالم قريـــة كبيرة علي حسب رأي مكلوهان – جعلت الباحثين يدققون النظر فـــي تأثير هذه الثورة الاتصالية علي المستويات المحلية والقومية والعالمية.

سادساً : التقدم في مجالات مناهج البحث وطرق جمـــع البيانـــات وتحليلهـــا واستخدام الكمبيوتر في ذلك مما ساعد الباحثين فـــي إيجـــاد الطـــرق الملائمة لدراسة المشكلات الإعلامية.

أسهمت كل هذه العوامل اسهاماً فعالاً في دراسة تأثير وسائل الإعـــلام وفي تنمية الأبحاث في مجال الاتصال بشكل عام.

وهكذا ومع الاهتمام بقوة وسائل الإعلام قام باحثون عديدون بـــالنظر في حقيقة قوة وسائل الإعلام كعوامل مؤثرة في سلوك ومواقـــف ومعـــارف الأفراد والجماعات والمجتمع وكانت نتائج هذه الدراسات تختلف – أحياناً –

بشكل ملفت للنظر ولا سيما وأنها تقدم للناظرين – من أول وهلة – نتائج متناقضة وكان ذلك يرجع أساساً إلي اختلاف المتغيرات التي درسها الباحثون ويرجع أيضا إلي اختلاف السياق السياسي والاقتصادي والاجتماعي الذي أجريت فيه الأبحاث.

إن تتبعا لنظريات تأثير وسائل الإعلام سوف يرينا نتائجها وهذا الاختلاف كان يرجع إلي مجموعة المتغيرات التي أخذها الباحثون في الاعتبار.

ولعل المتتبع لنظريات التأثير تلك سيجدها أشبه بموجات تتداخل أو أنها تدور في حلقة حيث ما تلبث أن تسود نظرية ما إلي حين حتي يظهر وكأن نظرية حلت محلها أو طوتها بين جنباتها. ولعل هذه النظريات التي سنعرضها في الصفحات القادمة لا تمثل تناقضاً، بمقدار ما تعبر عن تعقيد عملية الاتصال التي تتعامل مع البشر بتفرد شخصياتهم واختلاف أفكارهم وتنوع ثقافاتهم وسلوكهم ومصالحهم وتتعامل مع بيئات سياسية واجتماعية واقتصادية مختلفة.

❖ هذه النظريات التي نتناولها هي :

١- نظرية التأثير المباشر (إطلاق الرصاصة) لوسائل الإعلام.
٢- نظرية التأثير المحدود.
٣- نظرية التأثير المعتدل لوسائل الإعلام.
٤- نظرية التأثير القوي لوسائل الإعلام.

أولاً : نظرية التأثير المباشر (نظرية إطلاق الرصاصة) :

كان هناك حماس شديد لتحليل الدعاية بعد الحرب العالمية الأولي مما قاد إلي أسطورة رجل الدعاية وقوته في استخدام وسائل الإعلام كأداة للتأثير والسيطرة في مواقف البشر وأفكارهم وسلوكهم وكان هذا الرأي سائداً قبل الحرب العالمية الثانية. وإذا نجد عالماً سياسياً وإعلامياً كبيراً مثال هارولد لا زويل (Lasswel) يكتب عام ١٩٢٦ حول تكتيكات الدعاية في الحرب العالمية الأولي ويقول بأن ما كان في السابق يتم تحقيقه بالعنف

والقهر فإنه الآن يمكن أن يتم عن طريق الجدل والإقناع.

- ومما عزز هذه النظرية ما خلفه البرنامج الإذاعي الذي قدمه أورسون ويلز Orson Wells بعنوان " غزو من المريخ " عام ١٩٨٣ عن قصة للكاتب هـــ.ج. ويلز Wells.H.G.
- وكانت نتيجة هذا البرنامج أن نظر إليه المستمعون وكأنه حقيقي ممـــا جعل علي الأقل مليوناً من الأمريكتين خائفين وآلافاً أخـــري أصـــيبوا بالرعب وقد أعد هاولي كانترل (Cantril) دراسة حول هذا البرنـــامج فور إذاعته ليكشف عن الأسباب النفسية لذلك الـــسلوك الجمـــاهيري المرتبط لذلك البرنامج وكان للدعاية النازية دورها فـــي تأكيـــد هـــذه النظرية بعد إحساس الألمان بهزيمتهم من قبل الحلفاء إذا شعروا بـــأن الخلفاء قد كسبوا حرب الدعاية في الحرب. كمـــا أن تأســـيس معهـــد لتحليل الدعاية عام ١٩٣٧ بالولايات المتحدة كان رد فعل للإحـــساس بخطر الدعاية وتعزيزاً بهذه النظرية.
- إن هذه النظرية أعطت الإعلامي قوة كبيرة في قدرته علي التأثير فهو يشبه من يطلق الرصاصة ليصيب من ضحيته مقتلاً.
- إن هذه النظرية تنظر إلي الناس باعتبارهم مخلوقات ســـلبية يمكـــن التأثير المباشر فيهم بمجرد حقنها بالرسائل الإعلامية ومن ثـــم فـــإن المتصل يستطيع تحقيق أهدافه بمجرد حقنهم إرسال رسالته الإعلامية ليضمن استجابة فورية من الجمهور.

☒ <u>النقد الموجه للنظرية :</u>

- ولم تصمد هذه النظرية طويلاً إذ أن عملية الاتصال عملية معقدة وهي تخضع لمجموعة من العوامل المتعددة التي تتحكم في فعالية الرســـالة الإعلامية فليست كل رسالة يمكنها أن تكون مؤثرة ناجحة وإذا كانـــت بعض الرسائل من بعض القائمين بالاتصال ذوي الشخصية الكرزمية قادرة علي التأثير في الجمهور إلا أن ذلك لا يحصل مع كل الرســـائل الإعلامية.
- واهتزت هذه النظرية في الأربعينيات إذا لم تصمد أمـــام الدراســـات

الميدانية مما فسح المجال لظهور نظرية التأثير المحدود.

ثانياً - نظرية التأثير المحدود :

دراسة لازر سفيلد وزميليه أجريت لدراسة سلوك الناخبين في مقطاعة (Eri) في نيويورك أظهرت بأن القليل منهم قد تأثر بوسائل الاتصال الجماهيري وأوضحت هذه الدارسة بان ليس هناك أدلة كافية علي أن الناس غيروا اتجاهاتهم تأثراً بالرسائل الإعلامية وكان من نتائج هذه الدراسة التوصل إلي فكرة (انتقال المعلومات علي مرحلتين) بمعني أن المعلومات تنتقل من وسائل الإعلام إلي قادة الرأي ومنهم تنتقل إلي الآخرين.

وكتب جوزيف كلابر بان قوة وسائل الإعلام وتأثيرها يجب أن ينظر إليها دوما من خلال العمليات الانتقائية ورأي أن العمليات الانتقائية تكون عوامل وسيطة في عملية الاتصال وتحد من تأثيرها وتتمثل فيما يلي :

١- التعرض الانتقائي : يتمثل بانتقاء الناس لما يقرأون أو يسمعون أو يشاهدون، إذا يميل الناس للتعرض للاتصال الجماهيري الذي يتوافق مع أفكارهم واهتماماتهم ويتجنبون المواد التي لا يتعاطفون معها.

٢- التصور والتفسير الانتقائي : يتمثل بتصور الناس وتفسيرهم للرسائل الإعلامية وفقا لذواتهم ومصالحهم إذا أن الرسالة الإعلامية محكومة بماذا يريد أن يتصور أو يدرك المرء ؟ أو ما هي فائدة الرسالة الإعلامية له ؟ أو ما هي توقعاته للجزاء الاجتماعي أو المادي نتيجة لتصوراته وإدراكاته ؟

٣- التذكر الانتقائي : يرتبط التذكر بالعملية السابقة فالمرء يتذكر ما يتصوره ويدركه أو يحب تصوره أكثر من تذكره مالا يرغب فيه أولاً يحبه.

ولذا فإن كلابر يري أن وسائل الاتصال لا تعمل - بالضرورة - كسبب للتأثير علي الجمهور ولكنها تعمل من خلال عوامل ومؤثرات وسيطة مترابطة هذه العوامل تجعل وسائل الاتصال عاملاً مساعداً في التأثير وليست السبب الوحيد فيه.

❖ ويندرج تحت النظرية :

أ- نموذج تدفق الاتصال علي مرحلتين

ب-نموذج انتشار المبتكرات وهو نموذج (تدفق الاتصال علي عدة مراحل).

أ- نموذج تدفق الاتصال علي مرحلتين : Two Steps Flowof Information.

أشرنا إلي أنه عام ١٩٤٠ أجري مجموعة من الباحثين من جامعة كولمبيا دراسة في مقاطعة ايري (Irie) أثناء الانتخابات الرئاسية ودرس الباحثون لازرسفليد وبيرلسون وجوديت الدور الذي يلعبه الاتصال الشخصي في مجمل عملية الاتصال الجماهيري هذا الدور الذي أصبح يعرف بفرضية " تدفق الاتصال علي مرحلتين " والتي تدعمت فيما بعد ببيانات إضافية من دراسات أخري وقد نشر لازرسفليد ورفيقاه نتائج دراستهم تلك في كتابهم المشهور (اختيار الشعب : كيف يكون الناخب رأيه في حملة انتخاب الرياسة) وقد اقترحوا فيه الفرضين التاليين : -

١- إن وسائل الإعلام بدلاً من أن تكون عامل تحويل للمعتقدات، فانه من الأرجح بأن تكون عامل تعزيز للمعتقدات المتصورة - المدركة مسبقاً.

٢- مهما كان لوسائل الإعلام من تأثير فإنه من الأرجح أن يتم تنقيتها عبر قادة الرأي.

إن الفرض الثاني يقترح بأن المعلومات تتدفق من وسائل الإعلام إلي قادة رأي محددين في المجتمع يسهلون تأثيرات الاتصال من خلال المناقشات مع زملائهم وعلي سبيل المثال فقد وجد لازرسفليد وزميلاه بأن الناخبين يتأثرون بأصدقائهم أكثر من وسائل الإعلام خلال الحملة الانتخابية.

وفي البلاد العربية - بشكل عام - يلعب أئمة المساجد في صلاة الجمعة دور قادة الرأي الذين يقومون بتنقية الرسائل الإعلامية والتأثير في جمهور المصلين في خطبهم وكذلك هناك دور هام للمعلمين وأساتذة الجامعات في التأثير علي طلابهم.

وأفضل من قدم عرضاً لنظرية تدفق الاتصال علي مرحلتين كاتز ولازرسفليد (Katz & Lazarsfield) في كتابهما " النفوذ (التأثير) الشخصي "

Personal Influence " الذي صدر عام ١٩٥٥ وترتكز نظريتهما علي الفكرة التالية :

ترتكز النظرية علي فكرة :

بأن الأفراد من قادة الرأي في المجتمع يستقبلون المعلومات من وسائل الإعلام ويقوم هؤلاء بتمريرها علي زملائهم أو أتباعهم ومن المهم بأن ندرك من أن قيادة الرأي تتغير من وقت إلي آخر وتبعا لتغير المواقف.

في دراسة أجرها كاتز يقدم تصور لفرضية انتقال الاتصال علي مرحلتين :

أولا : أن قيادة الرأي والناس الذين يؤثرون فيهم ينتمون إلي نفس الجماعة الأساسية سواء كانت العائلة أم الأصدقاء أم جماعة العمل.

ثانيا : إن قادة الرأي (ذوي النفوذ) والاتباع يمكن أن يتبادلون الأدوار في ظروف النفوذ المختلفة فقائد رأي في المجال السياسي يكون تابعاً إذا كان المجال رياضياً أو دينياً أو غير ذلك.

ثالثاً : يكون قادة الرأي أكثر تعرضاً واتصالاً فيما يتعلق بموضوع أو تخصصهم بالعالم الخارجي عن طريق وسائل الإعلام وعلي الرغم من انهم أكثر تعرضاً لوسائل الإعلام إلا أنهم يتأثرون بغيرهم من الناس أكثر من تأثرهم بوسائل الإعلام.

رابعاً : تؤكد فرضية انتقال الاتصال علي مرحلتين علي اعتبار العلاقات الشخصية المتداخلة وسائل اتصالية. وكذلك اعتبار أنها تشكل مصدراً ضاغطاً علي الفرد لينسجم مع أسلوب الجماعة في التفكير والسلوك والتدعيم الاجتماعي إذ أن المرء مطالب بالانسجام مع الجماعة التي يعيش بينها تطالبه بالاتصال وتطالب المرء بالتعايش مع أسلوب الجماعة تفكيراً وسلوكاً.

ولا شك أن التوصل إلي فرضية انتقال الاتصال علي مرحلتين قد فتحت الباب أمام ظهور نموذج انتقال الاتصال علي مراحل متعددة.

ب- نموذج انتشار المبتكرات : Diffusion of Innovation

في السنوات الأخيرة من الخمسينيات والستينيات ذهب عديد من المنتظرين إلي الأخذ بفرضية تدفق الاتصال علي مراحل. وقد أخذ بهذا

الرأي كثير من دارسي نموذج انتشار المبتكـرات وهـذا النمـوذج شـبيه بالفرضية السابقة ولكنه يسمح بالمزيد من الاحتمالات المعقدة لتدفق الاتصال إذ أنه يري بأن تدفق المعلومات ينتقل من شخص إلي شخص آخـر وهلـم جرا.

ولا يتغير مفهوم قيادة الرأي في نموذج انتشار المبتكرات عن مفهومه في النموذج السابق، بل يقدم لنا تفصيلات أكثر حـول شخـصيته ويمـدنا روجرز Rogers وشوميكر Shoemaker بقائمة من التعليمات النظرية حـول قادة الرأي وهذه التعميمات تساعدنا علي فهم النظرية وهي :

١- قادة الرأي يتعرضون أكثر من أتباعهم لوسائل الإعلام فهم حريصون علي مطالعة الصحف والاستماع إلـي الراديـو ومـشاهدة البـرامج التليفزيونية ذات الصلة بحقلهم.
٢- قادة الرأي أكثر ابتكاريه من أتباعهم لديهم أفكار جديدة وقادرة علـي ابتكار الحلول وتبني الأفكار الجديدة أكثر من أتباعهم.
٣- قادة الرأي لديهم اتصال أكثر من اتباعهم مع وكيل التغيير منهم علـي اتصال بالجهات المسئولة عن برامج التغير مثل المسئولين عن مشاريع التنمية وغيرهم.٠
٤- قادة الرأي لديهم مركزا اجتماعي متميزا من أتبـاعهم فقـادة الـرأي يحتلون مراكز اجتماعية متميزة نتيجة ووضعهم العلمي أو الاقتصادي أو الاجتماعي أو التخصصي.
٥- قادة الرأي كثر انفتاحاً (عالمية) من أتباعهم وهم أكثر من الاتباع علي تقبل الأفكار الجديدة وتقبل التغيير القادم من الغير.
٦- قادة الرأي أكثر من اتباعهم مشاركة اجتماعيـة ولقـادة الـرأي دور اجتماعي متميز فهم أكثر شعبية ومشاركة في القضايا الاجتماعية من غيرهم نتيجة لمركزهم الاجتماعي

وحينما تكون أعراف النظام (الاجتماعي) تحبذ التغيير فإن قادة الرأي يكونون أكثر ابتكاريه ولكن حينما تكون تلك المعايير تقليدية فإن قادة الرأي يكونون علي وجه الخصوص – غير ابتكارين.

ويقدم لنا روجرز وشوميكر نموذجهما كوجهة نظر مركبة لانتـــشار المبتكرات في النظام الاجتماعي ويقدم هذا النموذج إسهاماً كبيـــرا لفهمنـــا لانتشار وسائل الإعلام وتأثيرها ويتم انتشار المبتكرات حينما تنـــشر فكـــرة معينة من نقطة الأصل إلي المناطق الجغرافية المحيطة بها. أو من شـــخص خلال منطقة واحدة. وتعتمد نظرية انتشار المبتكرات علي أربعة عناصر :

١- المبتكر أو الابتكار.
٢- الاتصال عبر قنوات محددة.
٣- الوقت.
٤- الأعضاء في النظام الاجتماعي.

المبيكر أو الابتكار : هو أيه فكرة جديدة تدخل إلي النظام الاجتمـــاعي إنه الجهة المتصورة للأفكار والممارسات والأهداف لدي الفرد وأية فكـــرة يري مواطنو المجتمع بأنها جديدة ستطبق علي هذه العملية وعملية الانتشار هذه تحدث عبر أقنية اتصال جماهيرية وشخصية.

ويري روجرز وشوميكر بأن دور قادة الرأي يتم عبر تـــدفق متعـــدد المراحل إذ يوجد في عملية الاتصال لانتشار المبتكـــرات اعتمـــاد متنـــوع ومتعدد علي تدفق الاتصال من المصدر إلي جمهـــور واســـع. ولـــذا فهمـــا يقترحان بان عناصر عملية تدفق المعلومات شبيهة بما اقترحه بيرلو Berlo (المصدر – الرسالة – القناة – المتلقي – التأثير) وذلك يتمثل بما يلي :

نموذج بيرلو	المصدر	الرسالة	القناة	المستقبل	التأثير
نموذج انتشار المبتكرات	مبتكرون علماء وكلاء الجماهيري أو الشخص	رسائل المبتكرات	قنوات الاتصال الجماهيري أو الشخصي	أعضاء في النظام الاجتماعي	نتائج علي امتداد الوقت علي ستوي المعرفة وتغيير المواقف والاتجاهات وتغيير السلوك

ويري هذا النموذج بأن قنوات وسائل الإعلام أكثر فاعلية فـــي خلـــق

معرفة حول المبتكرات بينما تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فاعلية في تشكيل المواقف حول فكرة جديدة وهذا يتضح تماماً في حصول الناس علـــي معلومات عن الأفكار الجديدة (المبتكرات) وقدرتهم علي التعرف عليها ولكن ذلك لا يعني تقبلهم لتلك الآراء ويكون للاتصال الشخصي الدور الأساسي في تشكيل مواقف هؤلاء عن الأفكار الجديدة.

ويريان أن انتشار المبتكرات عملية استهلاك للوقت فالوقـــت عامـــل ضروري لانتشار المبتكرات والوقت في عملية اتخاذ قرار حـــول الابتكـــار وفي الابتكارية وفي تبني الابتكار ويقترحان نموذجاً لعملية اتخاذ قرار حول الابتكار تشتمل علي أربعة عناصر يدخل ضمنها عامل الوقت وهي :

- ✓ المعرفة : حيث يتعرض الفرد إلي ابتكار موجود ويحصل علي بعـــض المعلومات حول وظائفه.
- ✓ الاقتناع : يكون الفرد موقفا محبذاً أو غير محبذ للابتكار.
- ✓ القرار : ينهمك الفرد في نشاطات تقود إلي الاختيار، إما تبني الابتكـــار أو رفضه.
- ✓ التثبيت : يبحث الفرد عن تدعيم قراره حول الابتكار ولكنه قد يراجـــع قراره السابق إذا تعرض لرسائل تتعارض مع الابتكار.

☒ وتشمل عملية اتخاذ قرارات حول الابتكار علي أربع مراحل :

- وجود حافز إذ يشعر المرء بأن هناك حاجة للفكرة الجيـــدة ومصلحة له فيها.
- مبادرة الفكرة الجديدة في النظام الاجتماعي.
- شرعية الفكرة.
- قرار تنفيذ الفكرة.

☒ وفي هذا النموذج يتمثل دور الاتصال كما يلي :

تمد الانفتاحية (العالمية) وقنوات وسائل الإعلام الفرد بالمعرفـــة حـــول الابتكار ولتحقيق وظيفة الإقناع فإن أفنية الاتصال الشخـــصي المحليـــة تشكل التصورات حول الابتكار الذي ينتشر من وكـــالات (مؤســـسات) التنمية إلي زبائنها، وتخلق بين الأفراد مناخاً للتحديث. فهـــذا النمـــوذج يقترح وجود جهاز مركزي للتنمية ويقترح حملات اتصالية من أعلي إلي أسفل.

ثالثا : نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام :

❖ قامت هذه النظرية علي عدة افتراضات أهمها :

١. إن نظرية التأثير المحدود السالفة قللت من شأن تأثير وسائل الاتصال الجماهيري.
٢. إن الأبحاث السابقة نظرت إلى تأثيرات وسائل الاتصال في مجالات المواقف والآراء بينما لو نظرنا إلى تأثيرها على متغيرات أخرى سنجد لها تأثيرات اكبر وأوضح.
٣. إن الأبحاث السابقة ذات رؤية أحادية حينما وجهت سؤلها ماذا تفعل وسائل الاتصال بجمهورها ؟ ولكنها لم تسال مثلا ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام ؟.
٤. إن الأبحاث السابقة كانت دراستها لتأثيرات قريبة المدى واغلبها استبعدت التأثيرات طويلة المدى.

❖ وسوف نتناول فيما يلي نظريات التأثير المعتدل ومنها :-

١. نظرية ترتيب الأولويات (وضع الاجندة).
٢. نظرية الإنماء الثقافى (الغرس الثقافى).
٣. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

أولاً : نظرية ترتيب الأولويات(وضع الاجندة) :

Setting–Agenda Theory

تهتم بحوث " ترتيب الأولويات " بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام، و الجماهير التى تتعرض لتلك الوسائل فى تحديد أولويات القضايا السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية التى تهم المجتمع. تقوم على فرض أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات و القضايا التى تقع فى المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التى يتم التركيز عليها بشدة، والتحكم فى طبيعتها ومحتواها.هذه الموضوعات تثير اهتما مات الناس تدريجيا، وتجعلهم يدركونها، ويفكرون فيها، ويقلقون بشأنها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية

اكبر نسبيا من الموضوعات الأخرى التى لا تطرحها وسائل الإعلام.ترجع الأصول النظرية لبحوث " ترتيب الأوليات " إلى" ليبمان " Lippman من خلال كتابة بعنوان " الرأى العام " (١٩٢٢).

يرى " ليبمان " : " ان وسائل الإعلام تساعد فى بناء الصور الذهبية لدى الجماهير، وفى كثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل (بيئات زائفة) فى عقول الجماهير، وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التى تهم المجتمع ". وتركز هذه النظرية على أن فى مقدور وسائل الإعلام أن تغير الاتجاهات حسب نموذج الآثار الموحدة فى دراسات الإعلام المبكرة. وقد تم تجاهل هذه النظرية تماما فى الأربعينيات و الخمسينيات من القرن العشرين.

وبعد ذلك بعد أربعين سنة أعاد الباحث " كوهين " إحياء وجهة نظر " ليبمان " حين زعم أن وسائل الإعلام : " لا تنجح دائما فى إبلاغ الجماهير كيف يفكرون (الاتجاهات)، ولكنها تنجح دائما فى إبلاغهم عما يجب ان يفكروا فيه (المعلومات) ".

وقد دعم كل من " لانج " و" لانج" هذا الانطباع من خلال تقريرهما اللذان يشيران فيه إلى : " ان وسائل الإعلام هى التى توجه الاهتمام نحو قضايا بعينها، فهى التى تطرح الموضوعات، وتقترح ما الذى ينبغي أن يعرفوه، وما الذي ينبغي أن يشعروا به ".

وفى دراسة أخرى ركز الباحثان السابقان على التأثير المتراكم للمعلومات التى تنقلها وسائل الإعلام فى رسم الصورة الذهنية السياسية لعامة الناس فى فترة الانتخابات، ويزعم الباحثان : أن وسائل الإعلام هى التى تبنى قضايا وتحدد الشخصيات، وتقوم بتلك الوظيفة على فترة طويلة، و بالتالي يكون من الصعب إدراك هذا التأثير ورؤيته على الطبيعة، وغالبا ما يتم هذا التأثير بشكل غير مباشر من خلال تهيئة المناخ السياسى، ورسم الصورة الذهنية للأحزاب و المرشحين، و بالتالي تؤثر وسائل الإعلام فى النهاية على أصوات الناخبين ".

ويتفق " نيمو " مع هذا الرأي حيث يقرر : " إن وسائل الإعلام تساعد

على تحديد أولويات الجمهور من خلال تحديد القضايا التى تختلف بـشأنها وجهات النظر، وتصلح للنقاش الجماهيري ".

وهكذا تهتم بحوث :

ترتيب الأولويات بدراسة العلاقة بين أولويات القضايا التى تطرحها وسـائل الإعلام، و أولويات القضايا التى تشغل تفكير الجمهور كعلاقة تبادلية يمكـن تحديدها من خلال الموضوعات و القضايا الإخبارية التى تطرحهـا وسـائل الإعلام.

ويؤكد عالما السياسة " كوب " و " إلدر" على أهمية وضع الأولويـات فـي تحديد القضايا التى يتم الاختيار من بينها، و التى تلعب دورا مهما فى وضع تلك الأوليات للناس.

واعتمدت هذه الدراسة على الدراسة على أسلوب تحليـل المحتـوى للتعرف على الكيفية التى قدمت بها الـصحف و المجـلات و التليفزيـون للأخبار السياسية عن المرشحين و القضايا الانتخابية خلال فتـرة زمنيـة معينة، كذلك إجراء الباحثان مسحا على الجمهور فى منطقة " شابل هيـل " ومنطقة شمال كاليفورنيا خلال انتخابات الرئاسة حيث لاحظ الباحثان وجود علاقة ارتباط قوية بين التصويت الانتخابي وأولويات القضايا التي طرحتها وسائل الإعلام.

وظل هذا الاتجاه المنهجي مسيطراً علي بحوث وضع الأولويات حتي الوقت الحاضر حيث يتم الربط بين الموضوعات التي تطرحها وسائل الإعلام وبين إدراك الجمهور لتلك الموضوعات.

أنواع بحوث وضع الأولويات :

حدد " شاو " و " مارتن " إذاعة أنواع لقياس ترتيب الأولويات وهي :

١- نموذج يركز علي قياس أولويـات اهتمامـات الجمهـور وأولويـات اهتمامات وسائل الإعلام اعتماداً علي المعلومات التجميعية.
٢- نموذج يركز علي مجموعة من القضايا ولكن ينقل وحدة التسجيل من المستوي الكلي الذي يعتمد علي معلومات تجميعيـة إلـي المـستوي الفردي.

٣- نموذج يعتمد علي دراسة قضية واحدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور انطلاقاً من فكرة التأثير يختلف من وقت لآخر.
٤- نموذج يدرس قضية واحدة وينطلق من الفرد كوحدة للتحليل.

وتوجد طريقتان أساسيتان لوضع الأولويات هما :

١. دراسة مجموعة القضايا السائدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور علي فترة زمنية واحدة أو فترتين.
٢. دراسة قضية واحدة علي فترات زمنية مختلفة أي دراسة ممتدة.

يتم قياس أولويات الجمهور من خلال أسلوب المسح بإحدى طريقتين هما :

١- توجيه الأسئلة المقترحة.. مثل : ما هي أكثر القضايا السياسية من حيث الأهمية في المجتمع ؟ ويتيح هذا الأسلوب حرية كبيرة من جانب المبحوثين في تحديد القضايا وترتيبها حسب إدراكهم الشخصي ويفضل استخدام هذا الأسلوب مع الأشخاص الذين لديهم القدرة علي التحقق من أفكارهم والتعبير عنها.
٢- توجيه الأسئلة المغلقة من خلال إمداد المبحوث بقائمة مختارة من الموضوعات التي يمكن أن تشكل الأولويات علي أن يقوم المبحوث بترتيب هذه القضايا حسب إدراكه الشخصي لكل منها. وميزة هذه الطريقة أنها تتيح للباحث أن يتأكد من أن كل المبحوثين لديهم نفس المصطلحات الشائعة ولكن عيب هذه الطريقة أنها تفترض أن المبحوث واع بكل القضايا العامة التي تتضمنها القائمة ولا تتيح له التعبير عن رأيه الشخصي في القضايا التي تخلو منها القائمة.

العوامل المؤثرة في وضع الأولويات :

يتأثر ترتيب الأولويات بمجموعة من المتغيرات الخاصة بطبيعة القضايا من حيث هي ملموسة أو مجموعة ودرجة فضول الجمهور نحو القضايا والخصائص الديموغرافية للجمهور ومدي استخدام الاتصال المباشر وتوقيت إثارة القضية ونوع الوسيلة الإعلامية المستخدمة والمدي الزمني المطلوب لإحداث التأثير وذلك من خلال تحليل دراسات ترتيب الأولويات

خلال الفترة من ١٩٧٧ حتي ١٩٩١.
ويلاحظ أن أغلب هذه الدراسات استخدمت أسلوب تحليل المحتوي للمادة الإعلامية ثم مقابلة المبحوثين لمعرفة أثر وسائل الإعلام علي ترتيب أولويات الجمهور للقضايا المثارة وفي جميع الأبحاث تم قياس المعرفة كمتغير تابع يتأثر بعوامل مستقلة ووسيطة ويمكن إجمال هذه المتغيرات فيما يلي :

١- طبيعة القضايا :

يقصد بطبيعة القضايا مدي كونها مدركة أو ملموسة Concerte من جانب أفراد الجمهور أو أن تكون القضية مجردة Abstract أو غير ملموسة والقضايا الملموسة هي التي يكون لأفراد الجمهور خبرة مباشرة بها وقد أجري " زوكر " Zucker أول دراسة إمبيريقية تهدف إلي قياس تأثير طبيعة القضية خلال فترة زمنية ممتدة لثمانية أعوام من ١٩٦٨ - ١٩٧٦ وتم نشر هذه الدراسة عام ١٩٧٨ وقد أجري الباحث القياس علي ست قضايا منها ثلاث قضايا اعتبرها غير ملموسة وهي : التلوث والمخدارت والطاقة وثلاث قضايا ملموسة هي : تكاليف المعيشة والبطالة والجريمة وخالص " زوكر " إلي وجود تأثير كبير لوسائل الإعلام علي القضايا غير الملموسة مقابل القضايا الملموسة.وفي دراسة أخري أجراها " بلود " (١٩٨١) Blood خلصت إلي نتائج مشابهة للدراسة الخاصة " بزوكر ".

كذلك يختلف الباحثون بشان تحديد نوع القضايا الملموسة ففي حين يري " زوكر" أن الجريمة قضية ملموسة، يري " ويفر" وزملاؤه " أنها قضية غير ملموسة.

٢- أهمية القضايا :

افترضت دراسة " كارتر وزملاؤه " وجود علاقة ارتباط إيجابي بين درجة اهتمام الجمهور بالقضية وزيادة حصولها علي أولويات أكبر وأشارت النتائج إلي زيادة الاهتمام بالقضايا التي تسبب التهديد والخوف مثل : التلوث والإيدز، عن القضايا التي لا تكون تهديداً مباشراً مثل الإجهاض والحرب النووية.

٣- الخصائص الديموغرافية :

تشير بعض الدراسات إلي وجود علاقة ارتباط بين الخصائص الديمرغرافية وترتيب أولويات فقد خلصت دراسة " ويتني " إلي أن متغير التعليم يلعب دوراً أساسياً في ترتيب الأولويات نحو القضايا المثارة في وسائل الإعلام حيث تزيد قدرة تلك الوسائل في وضع أولويات المتعلمين عند المقارنة بغير المتعلمين. (Whitney , 1980) ومن جانب آخر أشارت دراسة " شاو " و " مارتن " إلي عدم وجود ارتباط بين المتغيرات الديموغرافية وترتيب الأولويات.

٤- الاتصال الشخصي :

تستطيع الاتصالات الشخصية تقرير تأثير وضع الأولويات للقضايا التي تحظي بتغطية إعلامية مكثفة ومن أمثلة ذلك : دراسة " موتز " الخاصة بادراك الجمهور لقضية المخدرات بوصفها قضية شخصية أو مشكلة اجتماعية ودراسة " ويفر " حول دور الاتصال الشخصي في نقل المعلومات وترتيب الأولويات وأيدت هذه الدراسات دور الاتصال الشخصي في ترتيب أولويات الاهتمام.

٥- توقيت إثارة القضايا :

أشارت دراسات عديدة إلي أن وسائل الإعلام تقوم بدورها في ترتيب الأولويات أيام الانتخابات بشكل أقوي منها في غير أوقات الانتخابات ومن أمثلة هذه الدراسات : دراسة " روبرتس " حول التنبؤ بسلوك التصويت الانتخابي.

٦- نوع الوسيلة المستخدمة :

انتهت دراسة " باترسون " و" مكلور " حول تأثير الأخبار والإعلانات التليفزيونية علي تحديد أولويات الجمهور في الانتخابات الأمريكية إلي أن أخبار التليفزيون ذات تأثير محدود علي وعي الناس بالقضايا الانتخابية في حين يكون تأثير الإعلانات أكبر علي وعي الجمهور بأوضاع المرشحين في هذه القضايا.

كذلك قسم " بنتون " و "فرازير " في دراستهما وظيفة وضع الأولويات إلي ثلاثة مستويات : يتضمن المستوي الأول : وضع قائمة واسعة من الموضوعات والقضايا. ويطرح المستوي الثاني : قضايا فردية أكثر تخصصا من المستوي الأول، ويركز المستوي الثالث : علي معلومات أكثر تخصصاً حول القضايا الفرعية التي يحددها المستوي الثاني ووجد الباحثان أن الصحف تقدم المستويات الثلاثة في حين يقدم التليفزيون المستوي الأول فقط ويهمل المستوين الثاني والثالث، وبالتالي فإن وظيفة وضع الأولويات لا تنطبق علي كل وسائل الإعلام كذلك أشارت دراسة " ماكومبس " إلي أن الصحف تقدم وظيفة وضع الأولويات لقرائها في حين يقدم التليفزيون هذه الوظيفة للمشاهدين.

ويري " خالد صلاح الدين " إلي أن الصحف والتليفزيون يحققان وظيفة وضع الأولويات حيث ثبت أن التليفزيون يحقق تأثيرات فعالة علي المدي القصير Short-term في حين تحقق الصحف تأثيرات أقوي علي المدي البعيد Long - term.

٧- المدي الزمني لوضع الأولويات : Time Lag

الذي تحقق فيه وسائل الإعلام أقصي تأثير تراكمي علي أولويات الجمهور باهتمام كبير ضمن الإطار العام لنظريات الاتصال فقد أشار المنظرون في بدايات تناولهم لنظريات الاتصال إلي أن تأثيرات الرسالة لا تحدث قصراً أو بشكل إلزامي كما أنها لا تحدث بشكل مباشر وسريع وحول هذا التأثير أشار " هوفلاند " Hovland" إلي فكرة التأخر أو التباعد ما بين تقديم المصدر للرسالة من ناحية وقبول المتلقي لها من ناحية أخري وعرف ذلك " بالتأثير النائم " Sleeper Effect فبعد فترة من الزمن ينسي المتلقي المصدر في حين يتذكر الرسالة.

وأشارت نتائج دراسات عديدة إلي أن التأثير يحدث تدريجيا وعبر فترة من الزمن ومع ذلك فإن طبيعة القضية المثارة قد تفرض زمناً قصيراً أو طويلاً للتأثير علي الجمهور ولكن بوجه عام يكون المدي الزمني لوضع الأولويات في التليفزيون أقصر منه في الصحف.

❖ الانتقادات الموجهة لنظرية وضع الأولويات :

وجه " كاراجيه وزملاؤه " العديد من الانتقادات لبحوث وضع الأولويات يمكن إجمالها علي النحو التالي :

١) تعدد الأساليب المنهجية في إجراء هذه البحوث.
٢) ضيق المجال الذي تتحرك فيه هذه البحوث.
٣) إغفال الطبيعة التراكمية التي تبثها وسائل الإعلام والتركيز علي الآثار قصيرة الأمد.
٤) غياب الأسس النظرية التي ترتكز عليها هذه البحوث لأنها تركز علي موضوعات وقضايا متخصصة بدلاً من فحص مجالات الاهتمام الممكنة التي تنقلها وسائل الإعلام لعامة الناس، حيث تكمن قدرة وسائل الإعلام في تحديد الموضوعات المثيرة للجدل من بين سياق أكبر من الموضوعات.

❖ كذلك أشار كل من " روجرز " و " ديرنج " إلي ضرورة اهتمام الباحثين بما يلي :

١- ضرورة فهم العمليات المعرفية المتضمنة في عملية وضع الأولويات علي المستوي الفردي.
٢- وضع مؤشرات للواقع لتحديد مدي بروز القضايا سواء أكان ذلك علي مستوي وسائل الإعلام أم علي مستوي الجماهير.
٣- اختيار تصميمات تسمح بالتحكم في المتغيرات الأخرى المحتملة في عملية وضع الأولويات.

وعلي الرغم من تلك الانتقادات فهناك إجماع لدي الباحثين علي أن بحوث ترتيب الأولويات ساهمت في زيادة فهم دور وسائل الإعلام في المجتمع وعززت من استخدام مفهوم الآثار بعيدة المدى للتأثير الاجتماعي لوسائل الإعلام.

ثانيا :نظرية الإنماء الثقافي : الغرس الثقافي Cultivation Theory.

☒ تاريخ نظرية الإنماء الثقافي :

ظهرت نظرية الإنماء الثقافي في الولايات المتحدة الأمريكية خلال عقد السبعينيات كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الإعلام.

☒ فرض هذه النظرية :

تذهب هذه النظرية إلي القول : " بأن مدوامة التعرض للتليفزيون – ولفترات طويلة ومنتظمة تنمي لدي المشاهد اعتقاداً بأن العالم الذي يراه علي شاشة التليفزيون إن هو إلا صورة من العالم الواقعي الذي يحياه.

وترتبط هذه النظرية بالجهود التي طورها الباحث الأمريكي " جورج جربنر " من خلال مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية Cultural Indicators ويهدف هذا المشروع إلي إقامة الدليل الامبيريقي علي تأثير وسائل الإعلام علي البيئة الثقافية.

☒ واهتمت بحوث المؤشرات الثقافية بثلاث قضايا متداخلة هي :

١- دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر علي إنتاج الرسائل الإعلامية.

٢- دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.

٣- دراسة الإسهام المستقل للرسائل الجماهيرية علي إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي.

☒ هدف النظرية :

وتهدف بحوث تحليل الإنماء Cultivation Analysis إلي الإجابة علي السؤال الثالث من هذه المنظومة البحثية حيث تفترض نظرية الإنماء أن الأشخاص الذين يشاهدون كميات ضخمة من البرامج التليفزيونية (ويشار إليهم عادة بكثيفي المشاهدة) يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي عن أولئك الذين يشاهدون كميات قليلة من برامج التليفزيون أو لا يشاهدون (ويشار إليهم عادة بقليلي المشاهدة) ذلك أن كثيفي المشاهدة سيكون لديهم

قدرة أكبر علي إدراك الواقع المعاش بطريقة متسقة مع الصور الذهنية التي يتقبلها عالم التليفزيون.

ويري واضعو النظرية أن وسائل الاتصال الجماهيرية تحدث آثارا قوية علي إدراك الناس للعالم الخارجي، وخاصة هؤلاء الذين يتعرضون لتلك الوسائل لفترات طويلة ومنتظمة وبالتالي فإن الصور الذهنية التي تسود لدي جماعة ما تكون ناتجة عن تكرار تعرض أفراد هذه الجماعة لأنواع خاصة من الرسائل الجماهيرية ويؤكد هؤلاء الباحثون علي قوة التليفزيون بصفة خاصة باعتباره وسيلة لتنمية الصور الذهنية Cultivate these Images لكي تلعب دوراً مهما في حياة معظم الناس كما ينظرون إلي التلفزيون باعتباره " مسمي محتمل لأن الرسائل التي يعكسها تتسم بالتكامل والاتساق حيث يقوم التليفزيون بتكرار نفس الصورة الذهنية – تقريباً – عن الشخصيات والأحداث والقضايا وبالتالي تساعد المشاهدة المكثفة علي تنمية هذه الصور الذهنية المتسقة والتي تجعل المشاهدة يعتقد أن ما يراه علي الشاشة إن هو إلا صورة مطابقة للعالم الحقيقي.

☒ الإنماء والثقافة :

يري " جورج جربنر " أن " الإنماء " هو ما تفعله الثقافة في مجتمع ما فالثقافة هي الوسيلة الأساسية التي يعيش فيها الإنسانية وتتعلم وتتكون الثقافة من مجمل الفنون والعلوم والدين والقانون والمهارات والصور الذهنية والحكايات والموسيقي والغناء وتتيح الصور الذهنية التي يعكسها التليفزيون تعميمات لدي الأفراد عن البيئة الإنسانية من خلال بناء رمزي Symbolic Strucre والثقافة عبارة عن نظام من الرسائل والصور الذهنية التي تنظم العلاقات الاجتماعية وتعيد إنتاجها فهي تقدم لنا طبيعة الأدوار التي ينبغي أن نقوم بها من خلال : النوع، والعمر والطبقة الاجتماعية والمهن كما تتيح لنا نماذج من الشخصيات والاتجاهات والأفكار التي تميزنا وتحدد خصائصنا وتساعد علي القيام بسلوكيات واعية أو غير واعية وتساعدنا في الحكم علي الأشخاص غير المعروفين منهم أصدقاء أو أعداء نعجب بهم أو نكرههم.

وتمدنا الثقافة بمعلومات عن كيفية التصرف حيال المواقف المختلفة

فالثقافة هي السياق الذي تصبح فيه التجارب واعية وهي نظام من القصص والأشياء المصطنعة Artifacts يزداد إنتاجها بشكل جماهيري وهي تتوسط بين الوجود ووعي الإنسان بهذا الوجود وبالتالي تسهم في كلاهما.

☒ عملية الإنماء :

يمكن وصف عملية الإنماء بأنها نوع من التعلم العرضي Leaening Incidental الذي ينتج عن تراكم التعرض للتليفزيون حيث يتعرف مشاهد التليفزيون – بدون وعي – علي حقائق الواقع الاجتماعي والخصائص السكانية وتكون هذه الحقائق بصفة تدريجية أساسا للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها المشاهد عن العالم الحقيقي.

ويري " هاوكنز " و " بنجري " أن عملية الإنماء تتضمن عنصرين أساسين همت : التعلم غير المقصود (العرضي) ومهارات الاستدلال المعرفي حيث يؤدي اهتمام المشاهد بما يراه علي الشاشة إلي تعلم حقائق وقيم التليفزيون بحيث تصبح برامج التليفزيون مصدراً لمعلومات المشاهد عن الواقع الاجتماعي. وقد تم إجراء اختبارات مكثفة لتدعيم هذه الفرضية ولكنها لاقت تاييداً محدوداً حيث إن مكتسبات المشاهد من حقائق التليفزيون لم ترتبط بشكل قوي بخصائص الواقع الاجتماعي.

ووجد " ويفر " و" واكشلاج " أن الناس يفسرون معلومات التليفزيون بفعالية وينسبون هذه المعلومات إلي خبراتهم الشخصية كأساس لمعتقداتهم عن الواقع الاجتماعي.

ويري بعض الباحثين مثل : " تامبوريني وزملاؤه أن الإنماء يحدث نتيجة عملية امتصاص المعرفة Cognitive priming Process ويتيح التعرض للتليفزيون – وفق هذه النظرية – معلومات بارزة Salient Information عن الحقائق والقيم الذهنية ويؤدي كثرة التعرض لتلك المعلومات إلي سهولة استرجاعها من الذاكرة وذلك علي أساس أن الناس يبنون أحكامهم وفقا للمعلومات المتاحة ويوفر المحتوي التليفزيوني العديد من المعلومات عن الواقع الاجتماعي ولعل الدليل القوي علي صحة هذه النظرية لم يأت من البحوث التي أجراها المنظرون لها وإنما من بحوث مستقلة عن

أثر الإعادة أو التكرار علي الاتجاهات والمعتقدات فقد أشار عدد من البحوث إلي أن التكرار البسيط لأي مثير – حتي وإن كان بلا معني – يؤدي إلـــي قبول وتأييد معظم الناس لهذا المثير.

☒ افتراضات نظرية الإنماء :

ترتكز نظرية الإنماء علي خمسة فروض أساسية هي :

١ -يعد التليفزيون وسيلة فريدة للإنماء بالمقارنة بين وسائل الإعلام الأخرى :

أصبح الطفل يجد نفسه مستغرقاً في بيئة التليفزيون منذ ولادته فهو يمد الطفل بالمعلومات عن العالم المحيط به وعلي خلاف الوسائل الأخري يوجد التليفزيون داخل المنزل ويسهل اســتخدامه ولا يتطلــب مهــارات مــسبقة للتعرض إليه ويمتاز التليفزيون عن الوسائل الأخري في أن الناس يمضون معه وقتاً أطول من الأوقات التي يقضونها في التعرض للوســائل الأخــري فعلي خلاف الوسائل المطبوعة لا يتطلب التليفزيون معرفة القراءة وعلــي خلاف السينما يدار التليفزيون بصفة مستمرة بدون مغادرة المنــزل وعلــي خلاف الراديو فإن التليفزيون يجعلنا نري ونسمع.

وفيما يتعلق بوظائف الثقافة عموماً فإن الوعي الذي ينميه التليفزيون لا يقتصر علي الأفكار والآراء والاتجاهات وإنما يقدم لنا حقائق أساسية عــن الحياة وهو أحد وسائل عديدة تساهم في معرفتنا بالواقع الاجتمــاعي ولكنــه وسيلة متميزة لأنه علي المستوي الاجتماعي يكون الواقــع لكــل الطبقــات والفئات والأعمار من منظور واحد وفي نفس الوقت فهو وسيلة أساسية لنقل المعايير الثقافية الشائعة لكل أفراد المجتمع وكل هذه المزايــا تجعــل مــن التليفزيون وسيلة فريدة ومسيطرة ويصعب التغلب عليها.

٢ -تكون رسائل التليفزيون نظاماً ثقافيا متماسكاً يعبر عن الاتجاه السائد :

يعبر " الاتجاه السائد " في المجتمع عــن الأمــور الأكثــر عموميــة واستقراراً فهو يمثل الأبعاد الأكثر شيوعاً للمعاني و الافتراضات المــشتركة كما يشتمل علي كل الأمور المعارضة والفرعية وبسبب الدور الفريد الــذي يقوم به التليفزيون في حياتنا فإنه يعكس الاتجاه السائد لثقافة المجتمع فهــو

يقدم عادات يومية وصور ذهنية يشترك فيها ملايين البشر من كل الطبقات والاهتمامات كما يتيح التليفزيون قائمة محدودة من الاختيارات التي تعكسها البرامج وتنوع غير محدود من الاهتمامات والشخصيات. وبالتالي فإن كثرة التعرض للتلفزيون يمكن أن تساعد علي تضيق الفروق في الاتجاهات والسلوك عن الوضع الاعتيادي الذي يحدث من العوامل والتأثيرات الأخري (وبمعني أخر فإن الفروق التي توجد بين المبحوثين من جماعات المشاهدة المختلفة نتيجة تنوع الظروف الثقافية والاجتماعية والسياسية لهذه الجماعات يمكن أن تقل أو تختفي لدي المبحوثين من كثيفي المشاهدة من نفس الجماعات).

<u>٣- تحليل رسائل التليفزيون يقدم علامات لعملية الإنماء :</u>

تعكس أسئلة المسح المستخدمة في بحوث الإنماء الثقافي الاتجاه السائد الذي تجسده رسائل التليفزيون لجماعات ضخمة من المشاهدين وعلي فترات متباعدة. أما استخدام المعلومات التي تقيس أفضليات المشاهدة أو مقارنة إجابات المبحوثين عن تفضيل هذا أو ذاك من البرامج بدلا من قياس حجم المشاهدة الكلية قد يؤدي إلي نتائج غامضة أو مضللة ولذلك يجب أن تتجه الأسئلة نحو اعتبارات الواقع الحقيقي ويسمي ذلك المطلب الأول للإنماء وهو يكشف عن نتائج مهمة ومشوقة

<u>٤- يركز تحليل الإنماء علي مساهمة التليفزيون في نقل الصورة الذهنية علي المدي البعيد :</u>

تحدث عملية الإنماء ببطء من خلال نقل الرموز الشائعة علي المدي البعيد فنجد مثلا ما أشارت إليه إحدى الدراسات إلي أن كثيفي المشاهدة من جماعات نوعية مختلفة يميلون إلي تأييد الاتجاه السائد في التليفزيون الأمريكي نحو " العلم " باعتباره مهنة متناقضة وذات مخاطر في حين لوحظ أن الأشخاص الذين يداومون علي قراءة المجلات العلمية يتبنون نظرية إيجابية نحو العلوم ولكن كثيفي التعرض للتليفزيون من بين من يداومون علي قراءة المجلات العلمية يشاركون الاتجاه السائد في التليفزيون من حيث

النظرة السلبية تجاه العلوم ويعكس هذا التقارب في النظرية لدي كثيفي المشاهدة ما نطلق عليه " الاتجاه السائد " الذي يركز عليه التليفزيون ويكشف تحليل الإنماء عادة عن مثل هذه المقارنات والارتباطات بين كثيفي التعرض وقليلي التعرض للتليفزيون في إطار تجانس نسبي ومقارنة بين الجماعات وكشفت الدراسات السابقة أن كثيفي المشاهدة من جماعات نوعية مختلفة يستنبطون معاني مشتركة بنسبة أكبر من قليلي المشاهدة.

ونظرية الإنماء لا تستخدم النموذج الخطي البسيط الذي يعتمد علي (مثير / استجابة) في دراسة العلاقة بين محتوي وسائل الإعلام والجمهور وإنما تستخدم بدلا من ذلك نتائج تراكم التعرض علي المدى البعيد لنظام من الرسائل يتسم بالثبات والتكرار ولا يعتمد علي الاستجابة الفورية قصيرة الأمد أو التفسيرات الفردية لمحتوي وسائل الاتصال أي أن تحليل الإنماء يعتمد علي قياس الأثر التدريجي بدلا من التغيير الفجائي.

٥ – يركز تحليل الإنماء علي تدعيم استقرار المجتمع وتجانسه :

يحقق التليفزيون اتجاهاً ثقافياً ونفاذاً Pervasive Stablizing يعمل علي تنمية المفاهيم والسلوكيات المتماسكة في المجتمع وهذا يعني أن مساهمة التليفزيون تبدو وكأنها تحقق التجانس Homogenizing داخل الفئات الاجتماعية المختلفة ويمكن ملاحظة هذا التماسك بوضوح عند مقارنة كثيفي المشاهدة بقليلي المشاهدة من نفس الجماعات.

كذلك تعكس أنماط التعرض للتليفزيون بناء المجتمع وهياكل استقراره النسبية ولهذا فإن العالم الرمزي الذي يقدمه التليفزيون يساعد علي تدعيم الاستقرار أو ثبات المفاهيم الخاصة بالواقع الاجتماعي.وقد توصل عدد من العلماء إلي أن التأثير الأساسي لوسائل الإعلام يميل إلي الحفاظ علي المعايير السائدة بدلا من تغييرها وتتسم عملية الإنماء إما بالثبات أو التغير البطيء حيث تتجه عادات وأنماط التعرض لوسائل الإعلام إلي الثبات لفترات طويلة.

الإجراءات المستخدمة في بحوث تحليل الإنماء :

تختلف أساليب الإنماء Cultivation Analysis عن تلك التي يتم توظيفها تقليديا في بحوث الاتصال الجماهيري حيث كانت البحوث السابقة تركز غالباً علي الرسائل الفردية والحلقات والأدوار ومدي قدرتهم علي إحداث تغير فوري في اتجاهات الجمهور وسلوكه (أما بحوث الإنماء فتهتم بأشياء أكثر عمومية حيث تستهدف قياس نتائج التعرض التراكمي لوسائل الاتصال الثقافية Cultural Media وركزت معظم بحوث الإنماء علي التليفزيون باعتباره وسيلة تنفرد بقابلية الرسائل للتكرار والتجانس.

ويبدأ تحليل الإنماء عادة بالتعرف علي الأنماط التي يتم تكرارها في المحتوي التليفزيوني مع التأكيد علي الاتساق وتجانس الصور الذهنية والصور المنعكسة والقيم التي تبثها البرامج ويحاول تحليل الإنماء أن يستنبط ما إذا كان هؤلاء الذين يمضون وقتا طويلا في التعرض للتليفزيون يدركون الواقع بنفس الطرق التي تعكسها البرامج ومقارنتهم بالذين يمضون وقتاً قليلاً في التعرض للتليفزيون مع مراعاة مقارنة الخصائص الديموغرفية للجمهور.

وتفترض نظرية الإنماء أن قليلي التعرض للتليفزيون لديهم مصادر معلومات أكثر تنوعاً في حين يتجه كثيفو المشاهدة إلي الاعتماد علي التليفزيون بقدر أكبر للحصول علي المعلومات.

كذلك يتم تحديد حجم التعرض التليفزيوني من خلال أسئلة تقيس كثافة المشاهدة في إطار ثلاثة مستويات نسبية هي : كثيف المشاهدة – متوسط المشاهدة – قليل المشاهدة وتوضع كل فئة في قائمة مستقلة ويستخدم في ذلك أسلوب الاستبانة أو بحوث اليوميات أو التقارير الذاتية للمشاهدين وينبغي استنباط فروق أساسية في مستويات المشاهدة حتي يمكن التعرف علي مدي مساهمة التليفزيون في إدراك المشاهدين للواقع الاجتماعي.

طرق قياس الإنماء الثقافي :

يمكن قياس الإنماء بأسلوبين هما :

١- المطلب الأول First Order : ويشمل نتائج تحليل محتوي البرامج التليفزيونية التي تعكس الاتجاه السائد ومقارنتها بتوقعات المبحوثين الكمية عن حدوث بعض الظواهر في المجتمع مثل : العنف والجريمة

والمهن والأدوار ويتم قياس الفروق بين كثيفي المشاهدة وقليلي المشاهدة للتعرف علي مدي الإنماء التليفزيوني وتشير الدراسات السابقة إلي وجود علاقة بين كثافة المشاهدة والثقة في المطلب الأول ولكن هذه العلاقة تفقد أهميتها إذا لم نربطها بالمعتقدات أو السلوك.

٢- المطلب الثاني Second order : يستهدف التعرف علي معتقدات المبحوثين عن إحدى ظواهر المجتمع ويكون لهذه المعتقدات نتائج مهمة علي السلوك الاجتماعي ويتم ذلك من خلال تصميم بعض العبارات التي تقيس الاتجاهات الاجتماعية نحو ظاهرة معينة مثل : الخوف من الجريمة وإدراك الواقع الاجتماعي والعلاقات الشخصية ثم نعقد مقارنة بين كثيفي المشاهدة وقليلي المشاهدة لتحديد مدي مساهمة التليفزيون في التأثير وهو ما يعرف بفروق الإنماء.

❖ القضايا الحالية لبحوث الإنماء :

١- كيف يحدث الإنماء ؟

تشكل بعض الأسئلة تحدياً لبحوث الإنماء ومنها : ما دور العمليات السيكولوجية في إدماج محتوي التليفزيون ضمن مفاهيم كثيفي المشاهدة عن الواقع الاجتماعي ؟ وما هي مبادئ التعلم المناسبة ؟ لا يزال معظم الباحثين لا يعرفون كيف تحدث هذه العلاقات كذلك ما يزال معظم الإثبات لعملية الإنماء يتم من خلال بحوث المسح فقط وهذه البحوث تغفل غالباً عن صورة كلية أو إجمالية عامة Aggregate تنعكس بمرور الوقت فإن العمليات المرتبطة بها تكون بعيدة الأمد وتستغرق شهوراً أو سنوات.

٢- نوع الجمهور الذي يحدث له الإنماء :

أشارت العديد من الدراسات إلي أن أنماط الإنماء نادراً ما تكون موحدة عبر كل الجماعات السكانية. فهناك العديد من حالات الاختلاف داخل الجماعة الواحدة وهناك دراسات أخري تقترح ما يسمي " بالرنين" Resonance ويقصد به الخبرة المباشرة بقضية ذات بروز خاص specical Salience لدي جماعة ما من السكان بحيث تكون ظروف هذه الجماعة أكثر قابلية للتأثير vulnerable بالمحتوي التليفزيوني نتيجة اهتمامها الخاص بتلك

القضية.

٣- مستويات الإنماء :

تفترض نظرية الإنماء وجود فروق هامة بين معتقدات الأفراد عن واقع التليفزيون والواقع الاجتماعي وتكمن المشكلة في وجود فروق محتملة بين المعتقدات علي المستوي الشخصي والمعتقدات علي المستوي المجتمعي فتوقع حجم العنف في المجتمع يمكن أن ينتج عن خبرات ذاتية لبعض الأفراد الذين سبق لهم المعاناة من أعمال العنف أو نتيجة الشعور بالعزلة وبالتالي فإن مفاهيم إدراك الواقع قد تعبر عن اتجاهات مختلفة وتحتاج إلي دراسات أكثر عمقاً.

٤- دور الخبرة الشخصية في الإنماء

من الحقائق الثابتة زيادة أثر وسائل الإعلام في القضايا التي تقل خبراتنا الشخصية بشأنها ولكن ليس من الضروري أن تكون تلك هي حاجة كل فرد فقد يزعم بعض الأفراد أن الخبرات التي يحصلون عليها من التليفزيون تتطابق مع خبراتهم الذاتية كذلك فإن مشاهدة التليفزيون تتم غالبا في سياق الأسرة ويؤثر أفراد الأسرة في بعضهم بعضاً عند تفسيرهم للمحتوي التليفزيوني سواء أكان ذلك بشكل مباشر أم غير مباشر ويمكن أن يؤثر ذلك في عملية الإنماء.

٥- توجهات المشاهدين نحو أثر الإنماء التليفزيوني :

يقصد بذلك دراسة ظواهر مثل : المشاهد النشط مقابل المشاهد السلبي وعوامل الانتقائية والتفسير الواعي للمحتوي التليفزيوني كواقع اجتماعي بعض هذه القضايا في حاجة إلي مزيد من البحث في إطار المفاهيم المستخدمة للإنماء والعمليات الإجرائية وهي تستخدم في معظم الأحوال كمتغيرات مستقلة بجانب كثافة المشاهدة ولكنها يمكن أن تساعد علي فهم عملية الإنماء حين تستخدم كمتغيرات وسيطة لكشف الارتباطات الناتجة في إطار الجماعات التي يتم دراستها.

٦- دور البرامج المتخصصة في الإنماء :

يركز تحليل الإنماء علي حجم الكلي للمشاهدة بغض النظر عن نـــوع البرامج التي يشاهدها الجمهور ولذلك يكون حجم المشاهدة الكلية أكثر أهمية في عملية الإنماء من نوعيات المحتوي الذي يتعرض له المــشاهد.وبــصفة عامة وعلي الرغم من احتمال وجود آثار أكيدة للبرامج المتخصــصة إلا أن هذه الآثار قد تعتبر مؤشرات علي الإنماء في حالة ما إذا كانت تحدث علـــي مستوي إجمالي وبالتالي لا ينبغي إهمال المــشاهدة الكليــة كبنــاء نظــري وكمقياس إمبيريقي أيضا.

ثـالـثـاً : نـظـريـة الاعـتـمـاد عـلـي وسـائـل الإعـلام Dependency Theory

من الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحيانا آثار قوية ومباشرة وفـــي أحيـــان أخري تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما.

ويمكن القول : إن نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام هي " نظريـــة بيئية " والنظرية البيئية تنظر إلي المجتمع باعتباره تركيباً عــضويا وهـــي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة يـــرتبط كل منها بالآخر ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهـــذه العلاقـــات والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزاءا هاماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث وهذا النظام له علاقة بـــالأفراد والجماعـــات والمنظمـــات والنظم الاجتماعية الأخري وقد تتسم هذه العلاقات بالتعاون أو بالصراع وقد تكون ديناميكية متغيرة أو ساكنة ثابتة وقد تكون مباشـــرة وقويـــة أو غيـــر مباشرة وضعيفة

وتقوم علاقات الاعتماد علي وسائل الإعلام علي ركيزتين أساسيتين هما :

١- الأهداف : لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهـــدافهم الشخصية والاجتماعية فإن عليهم أن يعتمدوا عي موارد يسيطر عليهـــا أشخاص أو جماعات أو منظمات أخري والعكس صحيح

٢- المصادر : يسعي الأفراد والمنظمات إلي المصادر المختلفة التي تحقـــق أهدافهم وتعد وسائل الإعلام نظـــام معلومـــات يـــسعي إليـــه الأفـــراد

والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي :

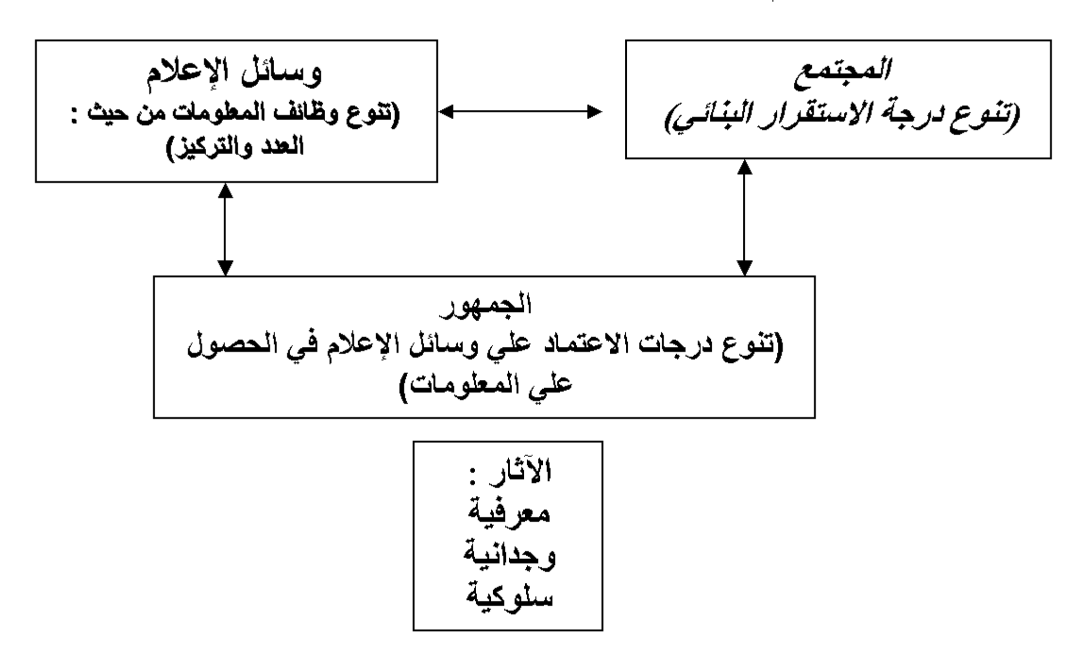
أ- المصدر الأول : هو جمع المعلومات فالمندوب الصحفي يجمع المعلومات التي نحتاج إلي معرفتها.

ب- المصدر الثاني : هو تنسيق المعلومات ويشير إلي تنقيح المعلومات التي تم جمعها بالزيادة أو النقصان لكي تخرج بصورة مناسبة في شكل قصة صحفية.

ت- المصدر الثالث : هو نشر المعلومات أو القدرة علي توزيعها إلي جمهور غير محدود.

❖ مؤسس النظرية :

ويستخدم مؤسسا النظرية " ملفين ديفلير " و " ساندرا بول روكيتش " مصطلح " المعلومات " للإشارة إلي إنتاج وتوزيع كل أنواع الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام.ويقترح ملفين " ديفلير " و " ساندرا بول روكيتش " النموذج التالي للتعبير عن الاعتماد المتبادل Interdependence بين كل من وسائل والنظم الاجتماعية الأخرى والجمهور.



شكل رقم (١) " العلاقات التبادلية بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور "

☒ :الاعتماد المتبادل بين الأفراد ونظم وسائل الإعلام :

إن الأفراد مثل النظم الاجتماعية يقيمون علاقات اعتماد علي وسائل الإعلام لأن الأفراد توجههم الأهداف وبعض أهدافهم تتطلب الوصول إلي مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام ويعتمد الأفراد علي وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية :

١- الفهم : مثل : معرفة الذات من خلال التعلم والحصول علي خبرات الفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.

٢- التوجيه ويشتمل علي توجيه العمل مثل : أن تقرر ماذا تشتري ؟ وكيف ترتدي ثيابك ؟ وكيف تحتفظ برشاقتك ؟ وتوجيه تفاعلي مثل : الحصول علي دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.

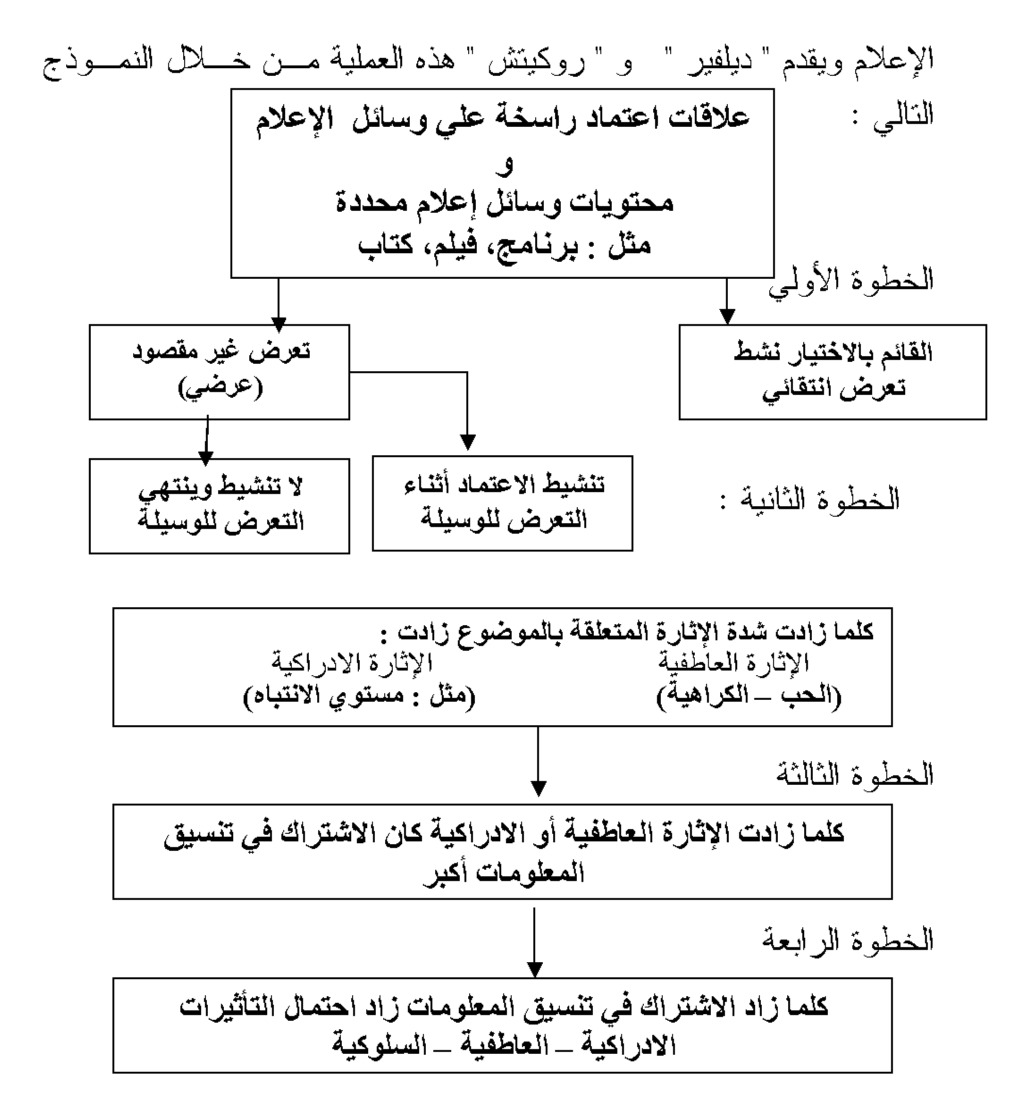
٣- التسلية : وتشتمل علي التسلية المنعزلة مثل الراحة :الاستثارة والاستثارة والتسلية الاجتماعية مثل : الذهاب إلي السينما أو الاستماع إلي الموسيقي مع الأصدقاء أ،و مشاهدة التليفزيون مع الأسرة.

ومع ذلك ينبغي ألا نبالغ في أهمية وسائل الإعلام للفرد فهي تجعل بالفعل أهداف الفهم والتوجيه والتسلية أكثر سهولة ولكنها ليست الوسيلة الوحيدة لبلوغ هذه الأهداف فالأفراد يتصلون في نهاية الأمر بشبكات داخلية من الأصدقاء والأسرة بنظم تربوية وسياسية وغيرها تساعد الناس أيضا علي بلوغ أهدافهم.

ولكن تكمن قوة وسائل الإعلام في السيطرة علي مصادر معلومات معينة تلزم الأفراد لبلوغ أهدافهم الشخصية وذلك علاوة علي أنه كلما زاد المجتمع تعقيداً زاد اتساع مجال الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول إلي مصادر معلومات وسائل الإعلام.

إن نظرية الاعتماد الفردي علي وسائل الإعلام تتصور عملية نفسية إدراكية تزيد من احتمالات أن يتأثر المرء بمحتويات معينة في وسائل

الإعلام ويقدم " ديلفير " و " روكيتش " هذه العملية من خلال النموذج التالي :



شكل رقم (٢) يوضح تأثيرات وسائل الإعلام علي الفرد

يبدأ النموذج السابق بفرد يتفحص وسائل الإعلام بدقة ليقرر بفاعلية ما يرغب في الاستماع إليه أو مشاهدته أو قراءته أو بشخص يتصل بشكل عرضي بمحتويات وسيلة إعلامية وتحدث الخطوات التالية :

- <u>الخطوة الأولي :</u>

يتسم القائم بالاختيار بالنشاط وينتقي محتوي معين من وسائل الإعلام ويتوقع أن التعرض سوف يساعده إلي تحقيق هدف أو أكثر من الفهم

والتوجيه والتسلية وتعتمد التوقعات علي :

١- تجارب وخبرات سابقة.
٢- تحادث مع أصدقاء أو زملاء عمل.
٣- إشارات يحصل عليها من مصادر وسائل الإعلام (مثـل : خريطـة البرامج اليومية).

والشخص الآخر يكون مراقب عارض أو بالصدفة بدون أي توقعـات مسبقة وأغلب الناس يختارون بنشاط ما يودون التعرض إليـه فـي معظـم الأوقات ولكنهم مراقبون عرضيون لوسائل الإعلام في بعض الأحيان.

❖ الخطوة الثانية :

تصبح جوانب أخري من عملية الاعتمـاد ذات أهميـة فلـيس كـل الأشخاص الذين يتعرضون لوسائل الإعلام سوف يفعلون ذلك بنفس القـدر من الاعتماد كما أنه ليس كل الأشخاص تتحرك بواعث اهتمامهم في خـلال فترة تعرض عارضة تتوقف شدة اعتماد الأفراد علي وسائل الإعـلام مـن خلال فروق في :

١- الأهداف الشخصية ٠
٢- الوضع الشخصي والاجتماعي.
٣- توقعات فيما يتعلق بالفائدة المحتملة من محتوي الوسيلة الإعلامية.
٤- سهولة الوصول إلي المحتويات.

وأهداف الأفراد كثيراً ما تعكس متغيرات في بيئاتهم وعندما تكون هذه البيئات حافلة بالغموض أو التهديد مثلاً يزداد اعتماد الأفراد علـي وسـائل الإعلام إذ أن الوصول إلي مصادر معلومات وسائل الإعلام غالباً ما يكـون ضرورياً لحل الغموض وتقليل التهديد الحقيقي أو المحتمل.

❖ الخطوة الثالثة :

يعتبر الاشتراك مفهوما أساسياً فالسياسي الذي يقـول : " أحبـوني أو اكرهوني، ولكن لا تتجاهلوني " إنما يتحدث عن أهمية مـشاركة الجمهـور ويشير إلي ضرورة الاشتراك والمساهمة النشطة فـي تنـسيق المعلومـات والأشخاص الذين أثيروا إدراكياً أو عاطفياً سوف يشتركون في نـوع مـن

التنسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض، مثل : الإقلاع عن التدخين أو بـــدء التدريبات الرياضية أو إجراء فحوص طبية.

❖ الخطوة الرابعة:

الأفراد الذين يشاركون بشكل مكثف في تنسيق المعلومات أكثر قابليـــة للتأثر بمحتوي وسائل الإعلام وتهتم أغلب بحوث وسائل الإعـــلام بالآثـــار الادراكية أو الآثار علي الإدراك الحسي والمواقف والمعرفة والقيم أما الآثار الوجدانية مثل : مشاعر الخوف والسعادة والحب والكراهية فإنهـــا تحظـــي باهتمام أقل كذلك فإن الصلة بين أبعاد التأثيرات الادراكية والـــسلوكية أقـــل وضوحاً.

☒ آثار الاعتماد علي وسائل الإعلام :

يرصد " ملفين ديفلير " و " ساندرا بول روكيتش " مجموعة الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد علي وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساســية هي : الآثار المعرفية، والآثار الوجدانية، والآثار السلوكية وسوف نعـــرض لها فيما يلي :

❖ أولا : الآثار المعرفية Conitive Effects

تشتمل الآثار المعرفية لوسائل الاعتماد وفقا لنظرية الاعتماد علـــي : كشف الغموض وتكوين الاتجاهات وترتيب أولويـــات الاهتمـــام واتـــساع المعتقدات والقيم.

١- الغموض : Ambiguity

ترتبط مشكلة الغموض بالآثار المعرفية لوسائل الإعـــلام والغمـــوض عبارة عن مشكلة ناتجة إما عن نقص في المعلومات أو معلومات بها صراع وتناقض. فالغموض يمكن أن يحدث لأن الناس يفتقرون إلي معلومات كافية لفهم معني حدث، أو يفتقرون إلي معلومات التي تحدد التفسير الصحيح مـــن بين تفسيرات عديدة تقدمها وسائل الإعلام.

يحدث الغموض للجمهور أيضا فـــي ظروفـــا لتغيـــرات الاجتماعيـــة السريعة وتحديث المجتمعات التقليدية والناس الذين يعتمـــدون أكثـــر علـــي وسائل الإعلام هم الذين يحاولون الحصول علي معلومات بـــسرعة لإزالـــة

الغموض وبدون الاعتماد علي وسائل الإعلام قد يحتاج الأمر إلــي أيــام أو شهور أو سنوات لكشف أسباب الغموض في المعلومات.

٢- تكوين الاتجاه : Attitude Formation

من الآثار المعرفية الشائعة للأفراد الذين يعتمدون علي وسائل الإعلام أنهــم يستخدمون معلومات تلك الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع وقد حدث ذلك كثيراً بأن ساهمت وسائل الإعــلام فــي تكوين اتجاهات الأفراد نحو قضايا مثل : مشكلات البيئة وأزمــات الطاقــة والفساد السياسي.

٣- ترتيب الأولويات : Agenda-setting

تلعب وسائل الإعلام دورها في ترتيب أولويات الجمهور الذي يعتمــد علي تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة والمشكلات الملحة مــن بــين العديد من القضايا والموضوعات المطروحة في المجتمع.

٤- اتساع المعتقدات Enlargement

تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقــدات التــي يــدركها أفــراد الجمهور، لأنهم يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة من وسائل الإعلام ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تنتمي إلي : الأسرة أو الدين أو السياسة بما يعكس الاهتمامات الرئيسية للأنشطة الاجتماعية.

٥- القيم : Values

القيم هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيهــا أفــراد جماعــة مــا ويرغبون في ترويجها والحفاظ عليها مثل : الأمانة – الحرية – المساواة – التسامح، وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم.

❖ ثانيا الآثار الوجدانية : Affective Effects

ترتبط العمليات الوجدانية ببعض المصطلحات مثــل : المــشاعر أو العواطف، ويمكن التعرف علي آثار وسائل الإعلام علي الوجدان وقياس هذه الآثار ويحدد " ديفلير وروكيتش " هذه الآثار الوجدانية في : الفتور العاطفي أو اللامبالاة، والخوف والقلق، والدعم المعنوي والاغتراب.

١- الفتور العاطفي : Desensitization

يفترض أن كثرة التعرض للعنف في وسائل الإعلام يؤدي إلي الشعور بالتبلد أو اللامبالاة وعدم الرغبة في تقديم العون للآخرين حين تقع أحداث عنيفة في الواقع الحقيقي وتشير بعض الدراسات إلي أن الاستثارة الناتجة عن مشاهدة أعمال العنف في وسائل الإعلام تتعرض للنقصان التدريجي وتؤدي إلي الفتور العاطفي.

٢- الخوف والقلق Fear and Anxiety

عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث والاغتيالات فإنها تثير مشاعر الخوف والقلق لدي المتلقين والقلق من الوقوع ضحايا لأعمال العنف في الواقع.

٣- الدعم المعنوي والاغتراب Morale and Alienation

من بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام رفع الروح المعنوية لدي المواطنين أو تزايد شعورهم بالاغتراب كما يؤكد " كلاب " Klapp " أن المجتمعات التي تقوم وسائل الإعلام فيها بأدوار اتصال رئيسية ترفع الروح المعنوية لدي الأفراد نتيجة زيادة الشعور الجمعي والتوحيد والاندماج وخاصة إذا كانت وسائل الإعلام تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد ويلاحظ أن اغتراب الفرد يزداد حين لا يجد معلومات وسائل الإعلام معبرة عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية.

ثالثا الآثار السلوكية :Behavioral Effects

تنحصر الآثار السلوكية لاعتماد الفرد علي وسائل الإعلام – وفقا لديفلور وروكيتش – في سلوكين أساسين هما التنشيط والخمول.

١- التنشيط : Activition

التنشيط يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية وقد يتمثل هذا التنشيط في اتخاذ مواقف مؤيدة لمطالبة المرأة بحقوقها والمساواة بين الجنسين أو الإقلاع عن التدخين أو التبرع المادي أو المعنوي لفئات معينة. والتنشيط في هذه الحالة يكون مفيداً إجتماعيا ولكن التنشيط الناتج عن التعرض لوسائل الإعلام قد يكون ضاراً اجتماعياً مثل التورط في أعمال ضد المجتمع

ومحاكاة العنف والجرائم والأنشطة الضارة بالمجتمع.

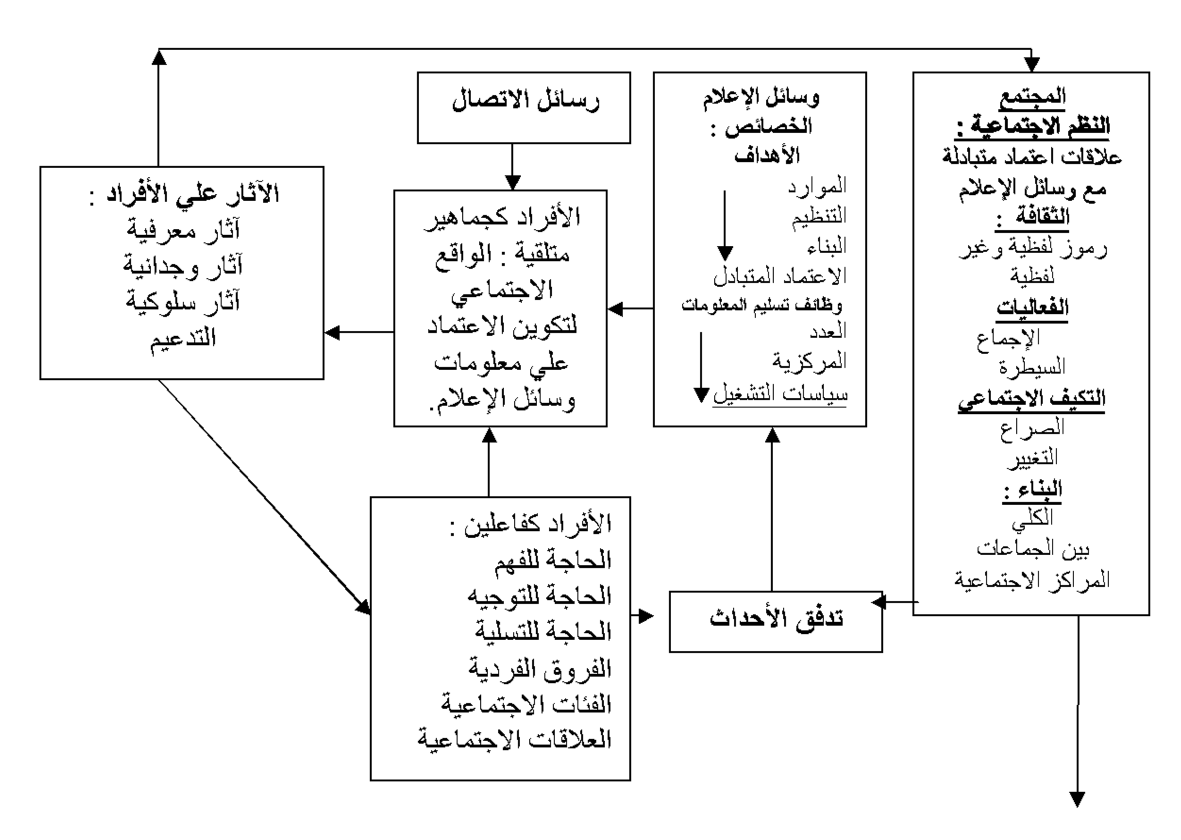
٢ – الخمول : Deactivation

الخمول يعني عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل وهذا النوع من الآثار السلوكية لم يحظ بالدراسات الكافية وقد يتمثل الخمول في العزوف عن المشاركة السياسية وعدم الإدلاء بالتصويت الانتخابي وعدم المشاركة في الأنشطة التي تفيد المجتمع وقد يحدث ذلك نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها.

تدفع الفرد إلي عدم المشاركة نتيجة الملل وزيادة الإحساس بعدم الفرق بين " أيهما يكسب أو يخسر ؟ " وهي حالات داخلية تدفع الفرد إلي الخمول وعدم المشاركة.

❖ النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام :

بعد أن وصفنا الآثار المحتملة لاعتماد الفرد علي وسائل الإعلام نطرح النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام كما تصوره واضعا النظرية " مفلين ديفلير " و " ساندرا بول روكيتش.



شكل رقم (٣) النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام

يشير النموذج المتكامل إلي آثار وسائل الإعلام عي الأفـراد نتيجـة الاعتماد المتبادل بين : وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخري والجماهير ويشتمل النموذج علي قائمة معقدة من العوامل والمتغيرات التي تؤدي إلـي الآثار المحتملة لوسائل الإعلام ويمكن تلخيص العلاقات التـي يرمـز هـا النموذج علي النحو التالي :

أولا : ينشأ تدفق الأحداث من المجتمع الذي يـضم مجموعـة مـن الـنظم الاجتماعية التي يحكمها الوظيفة البنائية وتحدث علاقات اعتماد متبادلة بين هذه النظم الاجتماعية ووسائل الإعلام ويتميز كل مجتمع بثقافـة خاصة تعبر عن القيم والتقاليد والعادات وأنماط السلوك التي يتم نقلها عبر رمز لفظية وغير لفظية تحدث العمليات الدينامية لنـشر الثقافـة وتشتمل هذه الفعاليات علي قوي تدعو إلي ثبات المجتمع والحفاظ علي استقراره من خلال الإجماع والسيطرة والتكيف الاجتمـاعي وتوجـد أيضا في المجتمع قوي أخري تدعو للصراع والتغييـر وتـتم هـذه العمليات علي مستوي البناء الكلي للمجتمـع أو بـين الجماعـات أو المراكز الاجتماعية المرتبة بشكل تصاعدي ويتـضمن هـذا البنـاء عناصر رسمية وغير رسمية.

ثانيا : تؤثر عناصر الثقافة والبناء الاجتماعي للمجتمع علي وسائل الإعـلام إيجابيا وسلبا وهي التي تحدد خصائص وسائل الإعلام التي تتضمن الأهداف والموارد والتنظيم والبناء والعلاقات المتبادلة وتـتحكم هـذه الخصائص في وظائف تسليم المعلومات التي يتحكم فيها عدد الوسائل الإعلامية المتاحة ودرجة مركزيتها ويؤثر ذلك بالتالي علي الأنـشطة التي تمارسها وسائل الإعلام أو ما يطلق عليها سياسات التشغيل.

كذلك تؤثر عناصر الثقافة وبناء المجتمع علي الأفراد ويساهم ذلك في تشكيل الفروق الفردية والفئات الاجتماعية ويعمل النظام الاجتماعي أيـضا علي خلق حاجات للافراد مثل : الحاجة إلي الفهم والتوجيه والتسلية.

ويحدد الاعتماد المتبادل بين النظم الاجتماعية ونظم وسائل الإعلام كيفية تطوير الناس اعتمادهم علي وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم النفسية والاجتماعية مما يخلق التنوع في تأثيرات وسائل الإعلام علي الأفراد.

ثالثاً : تقوم وسائل الإعلام بتغطية الأحداث التي تقع داخل النظم وتنتقي وسائل الإعلام التركيز علي بعض القضايا والموضوعات التي تشكل رسائل الإعلام المتاحة للجماهير.

رابعا : العنصر الرئيسي في هذا الإطار المتكامل هو الأفراد كأعضاء في الجمهور المتلقي لوسائل الإعلام هؤلاء الأفراد لديهم بناء متكامل للواقع الاجتماعي تم تشكيله عبر التنشئة الاجتماعية والتعليم والانتماء إلي جماعات ديموغرافية وعوامل التكيف الاجتماعي والخبرة المباشرة ويستخدم هؤلاء الأفراد وسائل الإعلام لاستكمال بناء الواقع الاجتماعي الذي لا يدركونه بالخبرة المباشرة وتتحكم علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخري في تشكيل رسائل المعلومات للجماهير.

خامساً : حين يكون الواقع الاجتماعي محدداً ومفهوما للأفراد ويلبي حاجاتهم وتطلعاتهم قبل وأثناء استقبال الرسائل الإعلامية لن يكون لرسائل الإعلام تأثير يذكر سوي تدعيم المعتقدات والقيم وأنماط السلوك الموجودة بالفعل.وعلي النقيض حين لا يكون لدي أفراد واقع اجتماعي حقيقي يسمح بالفهم والتوجيه والسلوك فإنهم يعتمدون علي وسائل الإعلام بقدر أكبر لفهم الواقع الاجتماعي وبالتالي يكون لهذه الوسائل تأثير اكبر علي المعرفة والاتجاهات والسلوك لذلك يجب الأخذ في الاعتبار كوسيلة للتنبؤ بآثار هذه الوسائل علي الأفراد.

سادساً : تدفق المعلومات من وسائل الإعلام لكي تؤثر في الأفراد وفي بعض الأشكال مثل : الاعتراض الجماهيري الذي يزيد من مستوي الصراع في المجتمع أو يؤدي إلي تكوين جماعات اجتماعية جديدة مثل هذه الأحداث قد تؤدي تغييرات في طبيعة العلاقات بين النظم الاجتماعية

ونظم وسائل الإعلام مثل : تمرير قوانين جديدة يتم تصميمها لتغيير سياسات تشغيل وسائل الإعلام.

رابعاً : نظرية التأثير القوى لوسائل الإعلامي :

من المنطقى أن تبدأ نظرية التأثير القوى لوسائل الإعلام فى البزوغ لأنها تفترض بأن لوسائل الاتصال الجمهوري تأثيراتها القوية إذا تم استخدامها فى حملات إعلامية منظمة،أعدلها بعناية حسب مبادىء نظريات الاتصال ونجد أن بعض الباحثين رأوا أن من مبادىء الأساسية لتحقيق التأثير القوى لوسائل الإعلام ما يتمثل فيما يلى :

١- إعادة الوسائل الإعلامية على مدى زمني معين (التكرار).
٢- التركيز على جمهور معين تستهدفه الرسالة الإعلامي.
٣- تحديد الأهداف بعناية لكى يقوم القائم بالاتصال بإنتاج رسائل منسجمة مع هذه الأهداف.

وكانت اليزابيث نويل ــ نيو مــانNeuman – Elizabeth Nolle قد كتبت حول (العودة إلى قوى وسائل الإعلام) اذ رأت ان لوسائل الإعلام تأثيرات قوية على الرأي العام تم التقليل من شانها فى الماضي، أو أنة لم يتحر عنها بدقة بسبب قيود منهجية،ولذا فأنها تطالب بضرورة القيام بأبحاث طويلة المدى خارج المختبر لدراسة تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري، والتى لابد أن تأخذ فى الاعتبار ثلاثة عوامل هامة بالنسبة لتأثير وسائل الإعلام وهى :

١- تراكم رسائل الإعلام بتكرارها:ينتج عن هذا التكرار على امتداد الزمن من يتوجه إلى تعزيز تأثيرها.
٢- شمولية وسائل الإعلام : فهى تسيطر على الإنسان وتحاصره فى كل مكان حيث يتواجد، وتهيمن على بيئة المعلومات،ولذا فان شموليتها لا تمكن المرء من الهروب من رسائلها.
٣-الانسجام (التوافق) :وهو يعنى أن بين القائمين بالاتصال اتفاقا وانسجاما مع مؤسساتهم،ويتمثل ذلك فى توجيهاتهم بان يماثلوا صحفهم ونشرات الأخبار وتأثير هذا كبير فى الحد من فرص الجمهور فى انتقاء

تصوراتهم (ادراكات) من تصورات عديدة ومتنوعة ؛مما يتيح الفرصة أمام التأثير القوى لوسائل الإعلام فى الجمهور.

وهذه العوامل مجتمعة تحد من فرص أن يكون الفرد رأيه المستقل.ولذا فإنها تقرر انه كلما قيدت فرص الانتقاء التصوري الادراكى لدى الجمهور؛كلما ازدادت فرصة تأثير أو تشكيل المواقف – والاتجاهات عن طريق وسائل الإعلام.

ولاشك أن قوة الإعلام أو عدمها تعتمد على عدة متغيرات،أنه مهما كانت وجهات النظر حول قوتها،فان نظرية التأثير القوى تحتاج الى مزيد من الأدلة والدراسات الميدانية.والدرس الأساسي الذى نستفيده هو أن الإعلام الذى يروم النجاح يجب أن يخطط جيدا لرسالته بحيث يعرف من يخاطب ؟ وماذا يريد من رسالته أن تقول؟ ومتى تخاطب؟ وكيف يخاطب ؟وماهى العقبات التى يمكن أن تواجه توصيل رسالته؟

ولعل من النماذج الهامه (القديمة نسبيا) التى رأت أن لوسائل الإعلام تأثيرات قوية على المستوى المجتمعى (العملاق) كنموذج ليرنر lerner حول اجتياز المجتمع التقليدى (الذى يهتم أساسا بتأثير وسائل الإعلام على بينة المجتمع السياسية ولاجتماعية والآقتصادية).والنموذج الفنى – التاريخى لمكلوهان mcluhan، وهو النموذج الذى يعتبر وسائل الاتصال كامتداد للحواس،ويتوجه أساسا لبيان تأثير وسائل الإعلام على ثقافة المجتمع ومن ثم سنقدم دراسة لهذين النموذجين من نماذج التأثير على المستوى القومى،وأولهما ظهر فى الخمسينيات وثانيهما ظهر فى الستينيات من هذا القرن .

نماذج التأثير القوى على المستوى القومى

<u>أولا : نموذج ليرنر : اجتياز المجتمع التقليدي</u>

تقدم نظرية وسائل الإعلام فى التنمية القومية لاجتياز المجتمع التقليدى مدخلا تجريبيا حول تأثيرات محددة لدور وسائل الإعلام فى الاقناع للتأثير فى الاتجاهات،والعقائد، والقيم.وكانت النظرية فى مجملها حصيلة أبحاث مسحية أجريت فى تركيا ولبنان ومصر وسوريا والأردن وإيران فى مطلع

الخمسينيات من هذا القرن.

☒ والنموذج كما يقدمه دانيال ليرنر Daniel lerner يعتبر أن النسق الغربى فى التحديث هو غربى من ناحية تاريخة فقط،ولكنة عالمي اجتماعي، والنموذج الذى تطور تاريخيا فى الغرب حقيقة تاريخية.وهو يرى أن القواعد الأساسية للنموذج الغربي تظهر ثانيه فى جميع المجتمعات التى هى فى طور التحديث فى جميع القارات بغض النظر عن العرق واللون والعقيدة،ولذا فانه يعتبر أن امتداد النموذج الغربى فى التحديث أساسي فى التنمية للمجتمعات غير الغربية.وقد حاول أن يثبت عالمية النموذج بالتمثيل على ذلك بأن ما حدث فى الغرب من زيادة التحضر أدت إلى أن ترفع مستوى التعليم،وذيادة التعرض لوسائل الإعلام تسير مع مشاركة اقتصادية أوسع (بالنسبة إلى مستوى دخل الفرد)وكذلك الى مشاركة سياسية أكبر (التصويت). ومن هنا يرى ليرنر أهمية الدور الذى تلعبة وسائل الإعلام فى التنمية.ومن ثم لابد أن نعرض لعناصر النموذج متكاملة كى نتعرف على موقع وسائل الإعلام ودورها التنموى فى نموذجه.

☒ يتمثل نموذجه بالعناصر التالية الثلاث في :.

أ- التقمص أو الشخصية المتحركة

ب- وسائل الإعلام كأداة لتحريك الناس.

ج- نظام للتحديث.

أولا – التقمص EmbAtHy :

صفة تمكن شخصية الفرد المتحركة من تصور نفسه فى ظروف الاخرين (الغرباء عنه) الذى يتخيل الفرد أنة يريد أن يعيش مثل حياتهم وتخيل تجارب خارج إطار تجربتة الشخصية. ويرى ليرنر بان الإنسان المتحرك هو شخصية ارغب فى أن يكون له شأن يتميز عن الشخصية التقليدية بقدراتة واستعداداتة الكامنة فى مقدرتة على التخيل،اذ يرى أشياء لا يراها التقليدى،ويعيش مع غرباء عنه يحتذيهم فى عالمة، ولدية الرغبة فى تحقيق عالم يعيشه فى خيالة،فهو يتميز بمقدرة عالية على التماهى (التوحد بالآخرين) مع أشكال جديدة لبيئته،ومن ثم فانه يصبح مسلحا بآليات يحتاج

إليها ليدمج بها متطلبات جديدة تنتج عن خبرة خارجة عن طريق معيشته.

❖ وهو يرى أن هذة الآليات هي التقمص وتعمل بطريقتين:

أ- الإسقاط : Projection

يسهل التماهى أى التوحد بألاخرين وذلك بتحديد صفات من صفات ذوات الآخرين،تكون مفضلة لدى الشخص المستهدف.ويأخذ هذا الشخص هذه الصفات ويقوم بإدماجها فى ذاته،ويبرز ذلك بقوله (لأنهم يشبهونى أخذت صفاتهم)

ب- الادماج Introjection :

يوسع التماهى أى التوحد بالآخرين، وذلك بأن ينسب الشخص المستهدف إلى ذاته صفات محددة محبوبة عند الآخرين ويقوم بإدماج هذه الصفات فى ذاته ويبرر ذلك بقولة (اننى مثلهم أو أحب أن أكون مثلهم)وقد أطلق على هاتين الآليتين – الإسقاط والإدماج – اسم التقمص، وهكذا كان التقمص أليه داخلية تجعل الشخص المتحرك حديثا يعمل بكفاءة فى عالم متغير،فالتقمص هو المقدرة على أن يرى المرء نفسه فى مواقف الآخرين. والتقمص مهارة لابد منها للناس المتحركين من الأوضاع التقليدية وهو يفترض أن الدرجة العالية فى التقمص هى النمط السائد- فقط – فى المجتمعات الحديثة التى تمتاز بأنها صناعية وحضرية متعلمة وبها مشاركة سياسية وإعلامية بينما لا تتسم المجتمعات التقليدية بتلك السمات ومقدرة الناس فيها تختلف من حيث مقدرة الفرد على تخيل نفسه فى مواقف الآخرين.

ويرى بان الدور الذى تلعبة – فى عصرنا الحالى –وسائل الإعلام يتسارع فى المجتمعات التقليدية. والتقمص يلعب دورا هاما فى عملية التنمية والتحديث ويتسارع معه بروز التقمص فى تلك المجتمعات.

ثانيا : وسائل الاعلام كمضخم لتحريك الناس :

يرى ليرنر بان وسائل الإعلام الجماهيرى تلعب دورا هاما فى تحريك الناس وبالذات فى عملية التقمص حيث أنها تسهم بكفاءة فى نشر

التعبئة النفسية بين الناس.ذلك بان التقمص يتصاعد فى العالم فى وقتنا هـذا وتقوم وسائل الاتصال الجماهيرى بدور كبير فى صنع هذا التصاعد. وهكذا تكون وسائل الإعلام أداة عظيمة لتحريك الناس. ونتيجـة لزيـادة وسـائل الإعلام اليوم فان كثيرا من الناس يتخيلون أنفسهم كأناس غرباء فى مواقف وأماكن وأوقات غريبة عنهم ؛ أكثر من أى وقت كـان. ونتيجـة لوسـائل الإعلام فان التقمص يتسارع فى العالم أكثر من أى وقت مـضى. وتلعـب وسائل الإعلام دورا مضاعفا فى عملية الحراك الاجتماعى وفـى انتـشار الشخصية المتحركة،وتصبح وسائل الإعلام بديلا لانتقال الفرد ماديا (الهجرة – السياحة) إلى مكان أخر أذ ان وسائل الإعلام تـدخل إلـى المجتمعـات التقليدية لتنقل إليها العالم الخارجى عالم الغرباء مما يـؤدى شـحذ الخيـال وإثارة الطموحات وزيادة التوقعات، أى أن وسائل الإعلام الجماهيرى تعمل إلى أن تجعل الحراك الذهنى الخيالى بديلا للحركة المادية البدنية. وحيث أن التحضر حاله ذهنية توفر للفرد الاستعدادات للتغييـر والتكييـف فـان دور وسائل الإعلام الجماهيرى هنا يصبح هاما فى توسيع أفاق الناس وتذويـدهم بعناصر ترفد تطلعاتهم وتشحذ خيالهم بخبرات الآخرين، وهذا يساعد فى نمو الشخصية المتحركة، ويزيد من التقمص،لانها تعلم النـاس مواقـف جديـدة وخبرات غريبة عنهم وأراء لم يختبروها من قبل. بينما يؤكد ليرنـر علـى دور وسائل الإعلام فى نشر التعبئة والتحريك النفسى بكفاءة بين الناس الذين حصلوا على شروط مسبقة للتحريك الجغرافى والاجتماعى فأنة يرى بـان الناس الذين يعيشون معا فى ظل سياسى واحد يطـورون طرقـا لتوزيـع المعلومات جنبا إلى جنب مع السلع الأخرى. وتتدفق هذه المعلومات بتفاعل مع توزيع السلطة والثروة والوضع الاجتماعى، لتشكل نظما تنسج بأحكـام، بحيث انه لو تم اختلاف مؤسساتي فى قطاع ما فانه يصاحب باختلاف فـى القطاعات الأخرى وهكذا يقترح صورة التفاعل بـين الأنظمـة الاتـصالية والاجتماعية، ولاسيما انه يعتبر أن نظام الاتصال يعتبر فى حد ذاته مؤشرا وعاملا للتغيير فى النظام الاجتماعى الشامل.

ثالثا : نظام التحديث :–

يقترح ليرنر أربع مراحل للتحديث

١- التحضر.

٢- التعليم.

٣- المشاركة الإعلامية.

٤- المشاركة السياسية.

وكما أشرنا سابقا فانه يرى أن التحديث يتبع المنطق التاريخى بآلية جامدة، أذ يرى أن كل مرحلة من المراحل السابقة يمكن أن تؤدى إلى تاليها بصورة ألية. ويرى أن تزايد التحضر يميل إلى زيادة التعليم والمشاركة الإعلامية على مستوى قومى،زيادة التعليم ستؤدى إلى المشاركة الكاملة. ويتمثل التحضربإنتقال الريف إلى الحالة الحضرية، ويتحقق هذا من خلال وجود عناصر عدة مرتبطة بنسبة السكان الذين يعيشون فى مدن يزيد عدد سكانها عن خمسين ألف نسمة ونسبة المتعلمين الذين تزيد أعمارهم أكثر من (١٥) سنة، وكذلك نسبة تعرض الناس للوسائل الإعلام،وكذلك مدى المشاركة السياسية (الانتخابات). وهو يرى أن التحضر هام لأن المدينة هى تتطور فيها المهارات والإمكانيات الاقتصادية والتكنولوجية، ويتطور فيها التعليم ووسائل الإعلام وهذه الخصائص تساعد على توفير الظروف الملائمة لمجتمع حديث. فالتفاعل بين تطور المجتمع الحضرى وزيادة التعليم وتتطور الاقتصاد الذى يصاحبه التطور الصناعى والتكنولوجى يؤدى إلى زيادة فى انتشار شبكات وسائل الإعلام، وهذا يقود الى زيادة التعليم، ومن خلال هذا التفاعل يتم تطور المؤسسات الديمقراطية اذ يزداد اهتمام الناس بشئونهم العامة والتعبير عن آرائهم نحوها. ولا نضيف جديدا إلى الانتقادات المواجهة إلى ليرنر فى نظريتة لعرقيتها والتى تريد أن تصبح شعوب العالم وتجاربها نسخا متكررة من النموذج الغربى والذى لا يأخذ فى اعتباره خصوصيه كل مجتمع وثقافته الخاصه التى تفرض بالتالى تجربة ونمطا خاصا فى التنمية.

ثانيا : نموذج وسائل الاتصال كامتداد للحواس:

(النموذج الفنى –التاريخى لمارشال ماكلوهان Marshal Mcluhan

يقدم هذا النموذج تصورات نظرية وبعض الافتراضات الأساسية عن التأثير

الكمى لوسائل الإعلام وثقافته فى المجتمع. وفرضه الأول هـو (أن النـاس يتكيفون مع بيئتهم فى كل عصر من خلال توازان ونسبة محددة لاسـتخدام الحواس وصلتها بالوسيلة الاتصاليه الرئيسية التى يستخدمونها،والتى ينـتج عنها نسبة استخدام لحاسة معينة ذات صلة بتنوع الوسيلة المستخدمة).

ويعتقد ماكلوهان بأن ذلك صحيح لآن كل وسيلة اتصالية إنما هـى امتداد للواقع الإنساني ومن ثم فان وسائل الاتصال سوف تبالغ فى اسـتخدام هذه الحاسة المعينة أو تلك. ومهما كانت نوعية الوسائل السائدة فإنها ستؤثر على الطريقة التى يرى الناس بها العالم. فقبل أختراع الصحافة المطبوعـة، كان الناس القبليون (أفراد القبلية) أناسا اتصاليين ذوى توجه سـمعى. فقـد كانوا قريبين من بعضهم عاطفيا وشخصيا. وقد عزز وشجع استخدام الألف باء عادة تصور البيئة بطريقة حيزية (مكانية) وخلقت تكنولوجيا (جوتنبرج) اختراع الطباعة تفجرا فى المجتمع بفصل وتفريق الفرد عن الفرد الأخـر. وأما العصر الالكترونى (فقد خلق تفجرا رد العالم مرة أخرى إلى كونه قرية عالمية، حيث تم اختراع أجهزة الاتصالات التى تصل بين أطـراف العـالم وبشره.

- وأما الافتراض الثاني لدي مكلوهان والمعروف بـ " الوسيلة هي الرسالة " فهذا يُعزي إلي قوة التأثير العام الذي تملكه الوسيلة الإعلامية بمعزل عـن مضمونها ويدعي مكلوهان بأن مضمون الاتصال غير ذي علاقة بالـتأثير فالذي يجعل هناك فرقاً في حياة الناس إنما هي الوسائل السائدة في عصر ما وليس مضمونها.
- وأما الافتراض الأخير فيتمثل في التفريق بين ما سماه بوسائل الاتـصال الساخنة ووسائل الاتصال الباردة.

فهو يري بأن الوسائل الساخنة هي تلك التي تشتمل علـي معلومـات احساسية كاملة وتفصيلات كثيرة ففي الوسائل الساخنة يكون المتلقي بحاجة أقل ليصبح معينا باستكمال المعلومات الناقصة.

وينسب ماكوهان إلي الوسائل الساخنة أنها ذات مـشاركة منخفـضة ويمثل عليها بالراديو والسينما.

وينسب ماكلوهان إلي الوسائل الباردة تستدعي الأفراد للمشاركة في استكمال المعلومات الناقصة بإدراكهم الحسي وهذه الدرجة العالية من المشاركة تخلق استغراقاً صحياً.

والتليفزيون – الوسيلة الباردة – يمد المشاهد برسم فقط عبر نقاط ضئيلة مضاءة ولإدراكها حسياً سيملأ المشاهد بين هذه النقاط البصرية علي الشاشة وسيصبح الفرد بإدراكه الحسي معيناً بالحافز والتمييز هنا هام إذ يري مكلوهان بأنه أساسي فيما يتعلق بالتأثير علي المجتمع.

ويري مكلوهان بأن إحكام الوثاق علي حاسة واحدة يميل إلي إحداث تأثير التنويم وأن تبريد كل الحواس سينتج عنه الهلوسة لذا يعتقد أن التليفزيون يغير نسيج المجتمع ولذا فإنه لم يجيء بدون مشاكل وقد أوضح بأن التحويل من وسيلة إلي أخري يخلق ضغطاً شديدا علي المجتمع.

ثانيا : نظرية الاستخدامات والإشاعات :

في إطار الدراسات الخاصة باستخدام وسائل الإعلام والتعرض إليها من مختلف الفئات ركزت هذه الدراسات علي الأسباب الخاصة بهذا التعرض في محاولة للربط بين هذه الأسباب والاستخدام مع تصنيف الاستخدام في فئات تشير إلي شدته أو كثافته.

وتم صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات كان أهمها إطار الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في وقت معين وأصبحت رغبة الفرد في إشباع حاجات معينة من التعرض لوسائل الإعلام هي الإطار العام للعلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الإعلام ومحتواها ومدي ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها.

وبذلك سوف نجد في البحوث التي استهدفت دراسة العلاقة بين تلبية الحاجات والتعرض إلي وسائل الإعلام ومحتواها أنها استخدمت المدخل الوظيفي ومدخل الحاجات والدوافع في صياغة إطار متكامل للأسباب والدوافع التي تجعل الفرد يتعرض إلي وسائل الإعلام ومحتواها في أساليب منهجية كاملة للقياس الموضوعي وصياغة العلاقات بين الأسباب والدوافع

والاستخدام وكثافته.

ومن خلال نتائج هذه البحوث اهتم الخبراء والباحثون بصياغة أطـر نظرية للعلاقة بين تلبية وسائل الإعلام لحاجات الفرد ودوافعه وإشباعها لهذه الحاجات واستخدام الفرد لهذه الوسائل ومحتواها في إطار المداخل المختلفة لنظرية الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratification التي تسعي إلي تحقيق الأهداف التالية :

١- الكشف عن كيفية استخدام الفرد لوسائل الإعلام How حيث أنهم أعضاء في جمهور نشط يختار الوسائل التي تشبع حاجاته.

٢- الكشف عن دوافع الاستخدام لوسيلة معينة Why

٣- تسهم النتائج في الفهم الأعمق لعملية الاتصال الجماهيري.

بناء العلاقة بين الاستخدام والإشباع :

اهتم كاتز وزملاؤه بصياغة العلاقة بين حاجـات الفـرد واتجاهاتـه السلوكية لإشباعها من بين البدائل المختلفة ومنها وسائل الإعلام ومحتواهـا وذلك في المقالة التي نشرها أكثر من مرة بعنوان استخدامات الأفراد لوسائل الإعلام.

وفي استعادتهم للبحوث السابقة ركزوا علي بحث أجري في الـسويد عام ١٩٦٨ اهتم فيه الباحثان بثلاثة عوامل فرضية أساسية تتمثل في الآتي :

١- إن جوهر الفرض الخاص بالاستخدام هو اعتبار المتلقي إيجابياً ونشطاً في سلوكه الاتصالي مع وسائل الإعلام.

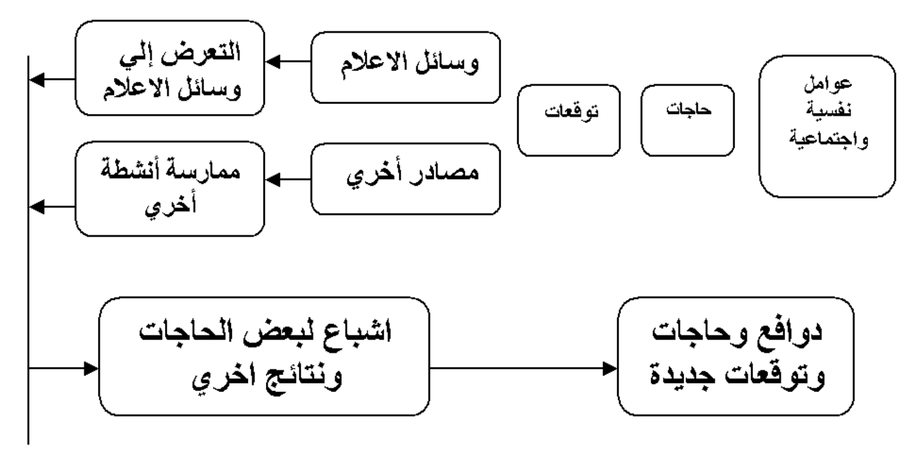
٢- الاختيار يكون في يد الأفراد من المتلقين بناء علي الحاجة إلي الإشباع.

٣- تتنافس وسائل الإعلام مع المصادر الأخري لإشباع الحاجات ٠.

☒ وبناء علي نتائج العديد من البحوث صاغ كاتز وزملاؤه (نموذجاً للعلاقة بين استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وما يمكن أن تشبعه من حاجات لدي هؤلاء الأفراد مقارنة نموذج كاتز للعلاقة بين الاسـتخدامات بالبـدائل الأخرى الوظيفية التي قد يتجه إليها الفرد لتلبية الحاجات مثل الأنـشطة الثقافية الأخرى.

٤- فهو يري أنم لدي كل فرد عددا من العوامل الاجتماعية والنفسية التـي

تولد حاجات معينة للفرد ومن خلال خبرة الفرد يبدأ في رسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخري لإشباع هذه الحاجات (الحاجة إلي التسلية والهروب يرسم توقعاته عن إمكانية تحقيق ذلك من خل مشاهدة التليفزيون أو الذهاب إلي النادي) فيرتب علي ذلك اتخاذه قراره بالاختيار بين وسائل الإعلام أو المصادر الأخري. نتيجة للتعرض يتم إشباع بعض الحاجات بجانب نتائج أخري كامنة وهو يؤدي مرة أخري إلي نشوء حاجات أو توقعات جديدة تبدأ في التفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية.. وهكذا يتم تولد الحاجات وتكرار التعرض لإشباع هذه الحاجات كما يوضحها ا الشكل التالي :



شكل رقم (٤) يوضح الفروض التي تقوم عليها نظرية الاستخدامات والاشباعات

ويعكس النموذج السابق الفروض الأساسية التي تقوم عليها نظرية الاستخدامات والاشباعات في نموذج كاتز وزملاؤه ويمكن تلخيصها في الفروض الخمسة التالية :

١- جمهور المتلقين هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
٢- يملك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة أنها تشبع حاجاته.

٣- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخري لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات. فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة تجعل الفرد يتجه إلي مصدرها لإشباع حاجاته دون الآخر وهذا ما عبر عنه كلابر بتأثيرات العوامل الوسيطة.

٤- الجمهور هو وحدة القادر علي تحدد الصورة الحقيقة لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.

٥- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوي معين يجب أن يحددها الجمهور بنفسه. لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوي بطرق مختلفة بالإضافة إلي أن المحتوي يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.

- وهذه الفروض طرحت عديدا من التساؤلات حول العوامل التي يتأثر بها جمهور المتلقين في إدراك حاجاته وتحديد نشاطه وكذلك العوامل البيئية التي تؤثر علي نشوء الحاجات ودعمها وقرار الجمهور بالاستخدام لإشباع هذه الحاجات.

يري كاتز وزملاؤه أن المواقف الاجتماعية Social Situation التي يجد الأفراد أنفسهم فيها هي التي تعمل علي إقامة العلاقة بين وسائل الإعلام وإشباع الحاجات والمواقف الاجتماعية يمكن أن تتسبب في التوتر والصراع الذي يشكل ضغطا علي الفرد يجعله يتجه إلي استخدام وسائل الإعلام وهي نفسها التي يمكن أن تشكل إدراك الفرد لبعض المشكلات التي تحتاج إلي المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام والمواقف الاجتماعية يمكن أن تحد من الفروض الحقيقية التي ترضي حاجات معينة وبالتالي فإن وسائل الإعلام تقدم بديلا لهذه الفروض المحدودة وكذلك تظهر المواقف الاجتماعية قيما معينة يمكن للمواقف الاجتماعية أن تمد الفرد بالعديد من التوقعات حول التعامل مع وسائل الإعلام للاستفادة في دعم عضوية الفرد في جماعات اجتماعية معينة.

وفي اطار آخر اهتم روزينجرين ببناء نموذج للاستخدام والإشباعات يحدد فيه أهمية الحاجات التي تقع في أعلي هرم ماسلو مثل الحاجة إلي الصحبة / الحب / القبول تحقيق الذات في ارتباطها أكثر بنموذج الاستخدامات والاشباعات مقارنة بالحاجات العضوية والحاجات النفسية الأساسية مثل تحقيق الأمن.

ويركز أيضاً بجانب الحاجات علي المشكلات التي تدفع الفرد إلي سلوك معين وهذه المشكلات لا تتعارض مع الحاجات وتحتاج من الفرد إلي إدراك سبل حل هذه المشكلات وبالتالي تشكل قوة دافعة للتعرض من خلال اختيار أنماط حل المشكلات بجانب أنماط دوافع الإشباع وهي كلها سوف تؤدي إلي الفعل الذي يتمثل في استخدام وسائل الإعلام أو أي سلوك أخر.

وتختلف الحاجات والمشكلات والدوافع باختلاف الأفراد والجماعات وبالتالي نتوقع اختلافا في نماذج السلوك واختيار المحتوي ويترتب علي ذلك أيضاً إشباع أو عدم إشباع نتيجة عملية الاختيار والتعرض إلي وسائل الإعلام ومحتواها.

ويمكن تلخيص العلاقات في نموذج روزنجرين في الآتي :

١- تتمثل البداية في وجود الحاجات الفردية التي تتفاعل مع الخصائص الفردية العامة والنفسية وكذلك مع البناء الاجتماعي المحيط بالفرد بما فيه بناء وسائل الإعلام.
٢- يترتب علي ذلك ظهور مشكلات للفرد وسواء كان شعوره بها قويا أو ضعيفا فإنه يبحث عن حل لها من بين البدائل المختلفة في محاولة للسلوك الذي يؤديه إلي إشباع أو حل المشكلات.
٣- ونتيجة لهذا السلوك تظهر أنماط مختلفة للاستخدام الحالي لوسائل الإعلام وكذلك أنماط سلوكية أخري خلاف استخدام وسائل الإعلام لتحقيق الإشباع أو حل المشكلات.
٤- تؤدى الأنماط السلوكية المختلفة مع وسائل الإعلام أو غيرها إما إلي نماذج من الإشباع أو عدم الإشباع.
٥- وهذا من الممكن أن يتأثر أيضا بالخصائص العامة و النفسية و العوامل

البيئية و الاجتماعية المحيطة بالفرد. مثل بناء وسائل الإعلام و البنـــاء السياسي و الاقتصادي والثقافي فى المجتمع. وهذه فى النهايـــة تمثـــل تأثيرات عملية الاستخدام والإشباع التى تعتمد على الملتقـــى بالدرجـــة الأولي.

ويرى روز ينجرين إن عملية الاستخدامات و الإشاعات ربما تـــؤثر على كل من المجتمع ووسائل الإعلام فى المجتمع.

إشكاليات نظرية الاستخدامات والاشباعات :

تطورت البحوث الخاصة بالاستخدامات والاشباعات خلال السبعينات وبعدها وبعد أن قدمت النظرية استراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدامات الجمهور واشباعاته ازداد إدراك الباحثين بعد ذلك بأهمية الاستخدام النـــشط لجمهور المتلقين باعتباره عاملا وسيطا في إحداث الأثر سواء كان كبيراً أو محدوداً وعلي الرغم من تطور أساليب البحث والاستقـــصاءات المنهجيـــة والموضوعية في هذا المجال إلا أن صورا من النقد وجهت إلي هذه النظرية وتطبيقاتها ومن أمثلتها ما يلي :

أولا : النقد الموجه لنظرية الاستخدامات والاشباعات : يـــري عـــدد مـــن الباحثين أنها لا تزيد عن كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مـــع الاستقصاءات وفي هذا تسطيح للأمور خاصة أن هناك خلافـــا حـــول تحديد المصطلحات والمفاهيم مثل مفهوم الحاجات Needs بالإضـــافة إلي أن الأمر لا يتوقف فقط علي الحالة العقلية ولكن هناك أمور عديدة تعتبر متغيرات في علاقتها باستخدام وسائل الإعـــلام مثـــل المركـــز الاجتماعي للفرد والحالة الاقتصادية والتعليم وربما يفيد هذا أكثر فـــي تطوير نموذج السلوك والإشباع مع وسائل الإعلام. ولذلك فإن الأمـــر يحتاج إلي وضع الفئات الاجتماعية بجانب الدوافع والحاجـــات فـــي الاعتبار بالإضافة إلي أن فئات المحتوي التـــي تعتبـــر مثيـــراً فـــي الاستخدام تعتبر فئات عامة بينما يتطلب الأمر أيضا تقسيمها إلي فئات فرعية عديدة قد يختلف الأفراد في استخدامهم لها.

ثانيا : الإشكالية الثانية التي يركز عليها دينيس ماكويل أن نتائج هذه البحوث ربما تتخذ ذريعة لانتاج المحتوي الهابط خصوصا عندما يري البعض أنه يلبي حاجات أعضاء المتلقين فـــي مجـــالات التـــسلية والترفيـــه والهروب.

ثالثا : الإشكالية الثالثة في تطبيق هذه النظرية التي يراها بلوملر هي عـــدم التحديد الواضح لمفهوم النشاط Activity الذي تـــصف بـــه جمهـــور المتلقين في علاقته بالاستخدام أو لإشباع فهناك عديد من المعاني التي تشرح هذا المفهوم منهـــا المنفعـــة Utility فوســـائل الإعـــلام لهـــا استخدامات محددة للجمهور والأفراد يضعون هذه الوسائل في إطـــار هذه الاستخدامات وهذا يعني أن وسائل الإعلام هي التي تحدد وظائفها ثم يحدد الفرد استخدامه لأي من هذه الوظائف.

وكذلك معني العمد Intentionaly أي أن استخدام النـــاس لمحتـــوي الإعلام يمكن أن يوجه من خلال الدوافع وكذلك معني الانتقـــاء Seletevity وهذا يعني أن استخدام الناس لوسائل الإعـــلام وربمـــا يعكـــس اهتمـــامهم وتفضيلهم القائم والمعني الأخير هو مقاومـــة التـــأثير Imperviousness To Infleunce والجمهور عنيد لا يقبل سيطرة من آخرين ومن أي شيء حتـــي وسائل الإعلام وبالتالي فإن نشاطهم يجنبهم تأثير وسائل الإعلام.

بالإضافة إلي أن البحوث – كما يري بلوملر – ركزت جميعها علـــي الاختيار الكلي للوسائل والمحتوي ولم تحدد ماذا يفعل الجمهور بـــالمحتوي عندما يختارونه.

رابعا : ومن جانب آخر فإن تطبيق هذه النظرية يطرح تساؤلا حول قيـــاس الاستخدام فهل يكفي الوقت الذي يبقيه الفرد في التعرض إلي وســـائل الإعلام أو محتواها في قياس كثافة التعرض أو الاستخدام وهل تـــشير كثافة الاستغراق في المحتوي والإحساس بالرضا طوال فترة التعرض وهل تشير كثافة التعرض أو الاستخدام إلـــي قـــوة الـــدافع وضـــغط الحاجات علي الفرد المتلقي مما يتطلب عزلا كاملا لكافـــة العوامـــل المؤثرة علي كثافة التعرض عند بحث العلاقة بين التعرض وتلبيـــة

الحاجات باعتبارها قوة دافعة والتعرض لأسباب أخري غيـر تـأثير الحاجات ومن هذه الأسباب ما يرتبط بتأثير العادة أو وجود وقت فراغ كبير أو التأثيرات البيئية مثل تأثير نظام التعليم علي تـوفير الوقـت للتعرض من عدمه أو تأثير خصائص وسائل الإعلام ذاتها من العوامل التي تؤثر علي كثافة التعرض سلباً أو إيجابا بجانب تـأثير الـدوافع وضغط الحاجة الفردية.

وأخيرا فإن تطور هذه النظرية وتطبيقاتها يحتاج بداية إلي اتفاق علي المصطلحات والمفاهيم وتوظيفها والربط بين النماذج المختلفة للإشباع فـي علاقتها بالمعاني المستقاة من المحتوي الذي يتعرض له الفرد بجانب الانتقال من الاهتمام والتركيز علي الفرد إلي علاقته في الاستخدام والإشباع بـالنظم الاجتماعية الأكبر وهذا ما يحتاج إلي جهد علمي من الخبـراء والبـاحثين للتوسع بالنظرية وتطبيقاتها تمهيداً لدراسة علاقتها بتأثيرات وسائل الإعلام علي الفرد بداية ثم المجتمع بعد ذلك.

ثالثاً : نظرية المعرفة من وسائل الإعلام :

ساد الاعتقاد لدى الباحثين الإعلاميين حتى منتصف السبعينيات بـان وسائل الاتصال تمـارس تـأثيرات محـدودة علـى اتجاهـات الجمهـور وسلوكه.وحاولت دراسات إعلامية عديدة أن تتقصى اثر وسـائل الاتـصال على المعرفة، وبرز فى هذا الإطار بعض الروافد النظرية لعل ابرزها :

نظرية التماس المعرفة، ونظرية فجـوة المعرفـة، ونظريـة تمثيـل المعلومات، ونظرية الإطار الإعلامي.وسوف نتناول شرح هذه النظريـات التى ما تزال موضع الاختبار و التحقيق من صحتها فى أنحاء عديـدة مـن العالم.

أولاً : نظريـة التمـاس المعلومـات : information seeking

تركزت هذه النظرية على سلوك الفرد فى بحثه عن المعلومـات مـن مصادر الاتصال المختلفة، و التعرف على العوامل التى تـؤثر فـى هـذا السلوك. و بالتالي فان هذه النظرية تستهدف ملتقى الاتصال بدلا من القـائم

بالاتصال أو الرسالة الإعلامية.

وتسعى هذه النظرية إلى اختبار فرضية مؤداها : " أن التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التى تؤدى اتجاهاتهم الراهنة".

ولاحظ " دونهيو و تبتون " ان هناك عوامل عديدة يمكن أن تؤثر على اختيار الفرد للرسائل الاتصالية التى يتعرض إليها، وكذلك استخدام المعلومات فى تدعيم الاتجاهات الحالية. ومن هذه العوامل إمكانية توظيف المعلومات لخدمة أهداف محدودة، أو إشباع حاجات أساسية فى موضوع معين، أو البحث عنها لمجرد الترفيه و التسلية، أو بسبب الحاجة للتنويع، أو بسبب سمات الشخصية.

ويفترض نموذج " التماس المعلومات " وجود حوافز أو منبهات تؤدى إلى سعى الفرد للحصول على معلومات لمواجهة مشكلة ما، أو مقارنتها بما لديه من قيم ومعارف سابقة بهدف القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة. وهناك عناصر أخري ترتبط بالمواقف التى تؤثر على بحث الفرد عن المعلومات مثل : قيود الوقت ومحدوديته، ومدى توافر معلومات سابقة عن الموضوع.

وفيما يتعلق بنوع المعلومات التى يبحث عنها الفرد فقد يستخدم ما أطلق عليه " دونهيو" " استراتيجية البحث المجازف " التى تعتمد على مصدر معين أو على عدة مصادر أساسية، أو اتباع كل ما يستطيع الفرد جمعه من معلومات، ثم يتم تصنيف هذه المعلومات وتحليلها وربطها بالخبرة السابقة للفرد.

ويشتمل النموذج كذلك على تحديد أنواع مصادر المعلومات الرسمية مثل : الكتب و الخبراء، والمصادر غير الرسمية مثل : الاقران و الجماعات المرجعية.

كما يشمل النموذج على تحديد النقطة التى يكتفى عندها الفرد فى التماس المعلومات فيقرر إغلاق دائرة سعيه للحصول عليها بعد أن يشعر انه جمع معلومات كافية تساعده فى اتخاذ القرار المناسب. ويتم بعد ذلك قيام الفرد بنوع من السلوك مثل : مراجعة صورة الواقع نتيجة المعلومات الجديدة

أو تدعيم المعتقدات الموجودة أو تغييرها.

وتؤثر بنية المجتمع بشكل واضح علـــى اســـتخدام الأفـــراد لوســـائل الاتصال من اجل التماس المعلومات حيث يؤثر نوع الوسائل المستخدمة فى مجتمع ما على تفضيل الأفراد لوسيلة (وسائل) معينة كمصدر للمعلومـــات. ولاحظ بعض الباحثين أن بنية المجتمع تشكل عنصرا رئيسياً فى الـــسيطرة على المعلومات. فمن خلال تحديد ظروف وسائل الإعلام تميل بنية المجتمع إلى تشكيل طريقة استخدام الأفراد لوسائل معينة، وتفضيلاتهم النسبية لبعض الوسائل على غيرها، وبالتالي يكون نمط المعلومات المستخدمة و المتـــوافرة للأفراد فى مجتمع ما يختلف بشدة من مجتمع لاخر.

ثـانـيـاً : نـظـريـة فـجـوة المعـرفـة : knowledge Gap

ظهرت هذه النظرية بعد رصد نتائج بحوث عديدة أشـــارت إلـــى أن قطاعات الجمهور المختلفة تحظى بقدر متوازن فى الحصول على المعلومات المتدفقة من وسائل الاتصال الحديثة. وتعتمد هذه النظرية علـــى الفـــرض التالي :" يؤدى تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتمـــاعي إلى جعل فئات الجمهور ذوى المستوى الاقتـــصادي الاجتمـــاعي المرتفـــع يكسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذوى الاقتصاد الاجتماعى المنخفض، بالتالي تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدلا من النقصان "

ويؤكد هذا الفـــرض علـــى أن الفئـــات ذات المـــستوى الاجتمـــاعى الاقتصادى المنخفض لا تظل فقيرة فى المعلومات بوجه عام، ولكنها تكتسب معلومات اقل نسبيا من الفئات الأعلى فى المستوى الاجتماعى الاقتصادى.

وقد أيدت هذا الفرض بحوث عديدة صحة هذه الفرضية فى الولايات المتحدة، وأوربا، و أمريكا اللاتينية، و الشرق الأوسط.. حيث أشار إلـــى أن العوامل الاقتصادية و الاجتماعية هى المحدد الرئيسي لاكتـــساب الجمهـــور للمعرفة.

<u>وحاليا يتم تطبيق نظرية فجوة المعرفة على مستويين رئيسيين :</u>

١. <u>المستوى الفردى الـــضيق</u> : Micro level ويتـــضمن اكتـــساب الفـــرد

للمعرفة من وسائل الاتصال، ويتحكم فـــى ذلـــك : الفـــروق الفرديـــة، ومهارات الاتصال، و القدرات المعرفية، و مستوى الاهتمام، وغيرهـــا من العوامل الفردية.

٢. المستوى المجتمعي الاشـــمل : Macro level ويـــشمل طبيعـــة البنـــاء الاجتماعى و المتغيرات المرتبطة بـــالمجتمع مثـــل : أســـاليب نـــشر المعلومات و توزيعها، ووسائل الاتصال المتاحـــة، وطبيعـــة الـــصراع الاجتماعى، وملكية وسائل الإعلام وطرق تمويلها وتشغيلها.وقد أجريت بحوث عديدة على المستوى الفردى و المجتمعى لاختبار معدلات النمـــو المعرفى ومستويات المعرفة كمتغيرات تابعة، وركزت بحوث المستوى الفردى على التعليم كمتغير رئيسى للمستوى الاجتمـــاعى الاقتـــصادى باعتباره يؤثر فى معدلات اكتساب المعرفة، ويساعد على فهم المعلومات وتذكرها، واستخدام الخبرات و المعارف المختلفة بالـــذاكرة،فى حـــين ركزت بحوث المستوى المجتمعى على عملية السيطرة على المعلومات وعلاقتها بالنظام الاجتماعى، و أساليب تدفق المعلومات على مـــستوى المجتمع.

☒ وتعد الحملات الإعلامية السياسية و الاجتماعية مجالا مناسبا لاختبار نظرية فجوة المعرفة، وذلك بـــسبب زيـــادة تـــدفق المعلومـــات الخاصـــة بالمرشحين إبان الحملات الانتخابية فيما يساعد الناخبين على اتخاذ قرارات التصويت وفقا للمعلومات المتدفقة من وسائل الاتصال المختلفة.

☒ ويمكن قياس فروض فجوة المعرفة باسلوبين هما :

١. خلال فترة زمنية محددة : حيث يتضح الارتباط الأكبـــر بـــين التعلـــيم واكتساب المعرفة عن الموضوعات التى تعكسها وسائل الإعلام، ويمكن فى هذه الحالة أن تبرز فجوة المعرفة بسبب متغير أو اكثر من متغيرات الخبرات السابقة، ومهارات الاتصال، و التفاعل الاجتماعى، و التعرض الانتقائى حيث تزيد الفجوة مع زيادة تـــدفق المعلومـــات مـــن وســـائل الاتصال.

٢. خلال فترة زمنية طويلة نسبيا : حيث يمكن ان يحدث اكتساب المعرفة

عن موضوع تنشره وسائل الإعلام، ويكون الــربط بــين المــستوى التعليمي و اكتساب المعرفة اقل منه فى الحالة السابقة.

وتعتمد بحوث فجوة المعرفة على قياس مجموعة من المتغيرات لعل اهمها :

١. المستوى الاجتماعى الاقتصادى.
٢. المستوى التعليمى.
٣. درجة الاهتمام بالموضوع أو القضية المثارة.
٤. حجم التعرض لوسائل الاتصال.
٥. مدى الاستغراق فى التعرض.
٦. درجة الدافعية.
٧. رصد الخبرة الشخصية.
٨. طبيعة الموضوع.
٩. كثافة التغطية الإعلامية.
١٠. المتغيرات الديموغرافية.

ثالثاً : نظرية تمثيل المعلومات : Information Processing

ترتبط هذه النظرية بمجال علم النفس اكثر مما ترتبط بدراسات الإعلام وخاصة الدراسات المرتبطة بالذاكرة البشرية Memory. و الــذاكرة هــى الاسم الذى يعطيه علماء النفس للعمليات و التركيبات المختلفة المتضمنه فى عملية تلقى المعلومات و اختزانها و استعادتها من الذاكرة.

وبوجه عام، يمكن القول: إن كل أجهزة الذاكرة، حتى تلك التى تستخدم فى الحاسبات الإلكترونية و المكتبات و لدى الناس تستلزم مساحة للتخزين. ويقع مخزن الذاكرة البشرية فى المخ، وتحتاج أجهزة الذاكرة لوسائل إدخال المعلومات، ثم إخراجها من التخزين.ويعتقد علماء النفس أن العمليات الثلاث وهى : وضع شفرة، وتخزين المعلومات، و استعادتها، ضرورية لكل أجهزة الذاكرة.

☒ ووضع الشفرة: Encoding : هى العملية اللازمة لاعداد المعلومــات

للتخزين، وهى اكثر ما تتضمن ربط المادة بالمعرفـة أو الخبـرة الـسابقة (بطاقة...صورة...رمز) حتى يمكن أن نستعيد المعلومات فيما بعد. ويـسمح وضع الشفرة بتشكيل المادة حتى يمكن لجهاز التخزين أن يتمثلها.

وبينما يتفق علماء النفس على على هذه الأفكار العامة، إلا انهـم لـم يحددوا للآن طبيعة تخزين المعلومات، ولم يحددا – بدقة –كيف تتم عمليـة إدخال المعلومات وإستعادتها من الذاكرة.

كانت تطورات الحاسب الالكتروني منذ الخمسينات عاملا رئيسيا فـى ظهور نظرية " تمثيل المعلومات " Information Processing حيث اعتمـد الباحثون على أسلوب عمل الحاسب فى تطوير فـروض هـذه النظريـة، فمعالجة الحاسب للبيانات تتضمن مجموعة من العمليات التى تبدو شبيهة فى اسلب عملها بالنظام البشرى بالمخ البشرى، ومخرجات.

وقد طرح" نيول " و"سـيمون " Newell&Simon منـذ عـام ١٩٥٨ مقارنات للتعامل مع المعلومات فى كل من الحاسب الآلي و الذهن البـشرى وافترضا أن البشر يمارسون نشاطهم الادراكى على أساس أنظمـة تمثيـل معلومات تتضمن الذاكرة التى تحتوى على بناء للرموز وأنظمة اسـترجاع للمعلومات، مع الأخذ فى الاعتبار أن الذاكرة البشرية لها قدرة تخزين غيـر محدودة.

<u>وقد استخلص " هشام مصباح " فروض هذه النظرية على النحو التالى :</u>

١. الذاكرة البشرية : عبارة عن أنظمة معقدة وليست مجرد وسيط بين المنبهات التي يتلقاها الفرد واستجابته لها ويرتبط كل نظام للـذاكرة بأسلوب ترميز مختلف عن غيره.
٢. البشر ممثلون نشطون للمعلومات Active Processors وليسوا مجـرد متقبلين سلبيين وهم يطورون إستراتيجيات عديدة – بمرور الوقت – للتعامل مع المعلومات ونظرا لقدرة البشر المحـدودة علـي تمثيـل المعلومات فانهم يطورون ما يمكن تسميته " اقتـصاديات معرفيـة " بسبب التعرض الدائم لكميات هائلة من المعلومـات يوميـاً ولـذلك يستخدمون نماذج ذهنية Schemata مبسطة أو " مخططات ذهنيـة "

تساهم في انتقاء المعلومات وتسهيل استرجاعها من الـذاكرة وبنـاء علي ذلك تعتبر عملية والتذكر نتاجاً مشتركاً للمعلومات المختزنة في الذاكرة والمعلومات الموجودة في البناء المعرفي للقائم بالتذكر.

٣. يحدث النسيان ليس فقط تبعاً لفقد المعلومات من الذاكرة بل لفقـدها داخل الذاكرة فقد تكون المعلومات موجودة بالفعل بالـذاكرة طويلـة المدي ولكن لعدم القدرة علـي اسـتخدام " مفـاتيح الاسـترجاع " Retrieval cues التي تحدد مكان المعلومات داخل الذاكرة يؤدي إلـي عدم قدرة الفرد علي تذكرها.وعلي الرغم من وجود نمـاذج عديـدة للذاكرة البشرية الا أن الفروض السابقة كانت القاسم الذي أوجد مـا يشبه الاجماع حول مكونات الـذاكرة البـشرية ومراحـل تمثيـل المعلومات.

☒ ويمكن تقسيم نماذج الذاكرة إلي نوعين رئيسيين هما :

١- نماذج لذاكرة كبناء يمرر المعومات من مخزن إلي آخر مثل : نموذج " وونورمان " ونموذج " أتكنسون وشفرين " ونماذج الذاكرة الدلاليـة، ونموذج الذاكرة طويلة المدي ونموذج الذاكرة المترابطة.

٢- نماذج الذاكرة كعملية مستمرة تحلل المعلومات وتخزنها تبعاً لمـستوي المعالجة المستخدم ومن أبرزها : نموذج " كريك " و" لوكهارت "

وسوف نعرض فيما يلي لنموذج " أتكنسون شفرين " كنموذج بنائي، ونموذج " كريك " و لوكهارت " كنوذج لعمليات المستمرة.

أولاً – نموذج " أتكنسون " و " شفرين " (الذاكرة كبناء) :

يعد نموذج " أتكنسون / شـفرين Atkinson,&shiffrin, مـن أكثـر نماذج الذاكرة قبولا من علماء السلوك ويـذهب هـذا النمـوذج إلـي أن المعلومات التي تتلقاها أعضاء الحس عندنا يبدو أنها تحفظ بسهولة في جهاز (أجهزة) للتخزين Storage System يـسمي " الـذاكرة الحـسية " Sensory Memory هذه المادة التي تحفظ في الذاكرة الحسية تشبه الصورة التي تظل في مخيلتك بعد النظر إليها هذه المادة أو المعاومات تختفي في أقل من الثانية إلا إذا تم نقلها فوراً إلي جهاز آخر للذاكرة يسمي " الذاكرة قصيرة الأمـد "

ولكي يتم نقل المعلومات الحسية إلي الذاكرة قصيرة Short Term Memory الأمد فعلي الشخص أن ينتبه إلي المعلومات لوقت قصير وكثيرا ما يصور جهاز الذاكرة قصيرة الأمد علي أنه " مركز الوعي " وطبقاً " لأتكنسون " وشفرين " تختزن الذاكرة قصيرة الأمد كل الأفكار والمعلومات والخبرات التي يعيها الفرد في أي وقت محدد ويقوم مخزن الذاكرة قصيرة الأمد بالحفاظ علي كمية محدودة من المعلومات بصفة مؤقتة (عادة لمدة ١٥ ثانية).

ويمكن الاحتفاظ بالمعلومات لمدة أطول في الذاكرة ذات المدي القصير من خلال الحفظ والتكرار.

وعلاوة علي أن الذاكرة ذات المدي القصير تؤدي وظيفة " التخزين " فهي تعمل أيضاً كمركز تنفيذي Executive Central فهي تدخل المعلومات أو تخرج مادتها من جهاز آخر للذاكرة يسمي " الذاكرة طويلة الأمد " Long Trem Memory.

ولكي نحرك المعلومات أو المادة إلي الذاكرة طويلة المدي فيجب أن نتعامل معها بطريقة أكثر عمقا وأثناء التعامل العميق يلجأ الأفراد إلي وسائل حفظ متقدمة Elaborative Rehearsal Strategies فيفهمون أكثر ويفكرون في معني ما سمعوه ويربطون بين المعلومات الجديدة وبين افكار موجودة بالفعل في الذاكرة طويلة المدي وفي بعض الحالات يكفي التكرار البسيط للمعلومات لكي تنتقل إلي الذاكرة طويلة المدي علما بأن ذاكرتي المدي القصير والمدي الطويل علي اتصال دائم وأي مادة مخزنة في الذاكرة طويلة الأمد يمكن تنشيطها ونقلها إلي الذاكرة قصيرة الأمد عندما يخطر لنا ذلك والذاكرة قصيرة المدي هي المسئولة عن استرجاع كل من الذكريات طويلة المدي وقصيرة المدي.

ثانيا – نموذج " كريك " و " لوكهارت " (الذاكرة كعملية)

في عام ١٩٧٢ قدم كل من " كريك " و " لوكهارت " نموذجاً بديلاً للذاكرة كبناء ويفترض هذا النموذج أن تمثيل المعلومات يتم طبقاً لعدة مستويات متدرجة وليس من خلال مختزنات منفصلة حسب افتراضات

النماذج البنائية وقد أبقي هذا النموذج علي تقسيم الذاكرة إلي وحدتين ولكنه لم يعتبرهما منفصلتين وإنما عبارة عن وحدة واحدة تعتمد أساسا علي الترميز ويتوقف ثبات مسار الذاكرة علي نوع التحليل الادراكي الذي يتم حيال المنبه.

وقد ميز النموذج بين ثلاثة مستويات متصاعدة العمق هي :

المستوي البنائي : Structural الذي يركز علي السمات الشكلية ويعكس تمثيلاً منخفضاً للمعلومات ومروراً بالمستوي الصوتي Phonetic الذي يعتمد علي تمثيل المعلومات في شكل أصوات ووصولا إلي المستوي الدلالي : Semantic الذي يعتمد علي توليد علاقات وصور ذهنية للمعلومات تؤدي إلي مسار أكثر ثباتاً للذاكرة.

ويري الباحثان أن نسبة النسيان تعتمد علي مدي عمق تمثيل المنبه حيث يزيد النسيان مع المستوي البنائي الأدني ويقل مع المستوي الدلالي الأعمق.

وعلي الرغم من أن أول دراسة منهجية عن الذاكرة البشرية قدمها " هرمان ابنجهاوس " ,Ebbinghaus منذ عام ١٨٨٥، إلا أن الدراسات الحديثة للذاكرة تعتمد علي نوعين من المقاييس هما :

١- الاستدعاء : Recall

ويستخدم علماء النفس أنواعاً عديدة من مقاييس " الاستدعاء " مثل : الاستدعاء المتسلسل Serial Recall وفيه يجب تذكر المادة في ترتيب معين وهناك الاستدعاء الحر Free Recall الذي يتطلب استرجاع المادة في أي ترتيب كان.

٢- التعرف أو التمييز : Recognition

ويستخدم هذا القياس أسئلة تختبر لتمييز من خلال تقديم اختيارات متعددة للمبحوثين يمكنه أن يتعرف من خلالها علي الإجابة الصحيحة حيث يقارن المبحوث بين المعلومات الواردة إليه والمعلومات المختزنة في الذاكرة، وبما أن عامل التخمين قد يتدخل ويؤثر علي دراسة " التمييز " في الذاكرة فإن الباحثين وضعوا أساليباً لتقييم هذا التخمين وأخذه في الحسبان.

وقد أثبتت الدراسات العملية للذاكرة المعمية للذاكرة أن الناس يعطــون أداء أفضل عند مقاييس التمييز وليس عند مقاييس الاستدعاء.

رابعاً : نظرية تحليل الإطار الإعلامي : Framing Analysis

تعد نظرية " تحليل الإطار الإعلامي " واحدة من الروافد الحديثة فـي دراسات الاتصال حيث تسمح للباحث بقياس المحتوي الـضمني للرسـائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيـال القضايا البارزة وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلـك القضايا.

وتفترض هذه النظرية أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها علي مغزي معين، وإنما مغزاها من خلال وضعها في إطار Frame يحددها وينظمهـا ويضفي عليها قدراً من الاتساق من خلال التركيز علـي بعـض جوانـب الموضوع وإغفال جوانب أخري فالإطار الإعلامي هو تلك الفكرة المحورية التي تنظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة.

والإطار الإعلامي لقضية ما يعني انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو توصيف المشكلة وتحديداً أسبابها وتقييم أبعادها وطرح حلـول مقترحـة بشأنها ويحدد " انتمان " أربع وظائف لتحليل الإطار الإعلامي هي :

١- تحديد المشكلة أو القضية بدقة. Define Problem

٢- تشخيص أسباب المشكلة. Diagnose Causes

٣- وضع أحكام أخلاقية. Moral Judgements

٤- اقتراح سبل العلاج. Suggest Remedies

وعلى سبيل المثال : قضية " العنف الـسياسى " يمكـن أن تتناولهـا الوسيلة الإعلامية فى إطار الاهتمامات الأمنية، ومن ثم فإن تهديـد الأمـن الداخلى يصبح هو المشكلة، ويمكن إرجاع السبب فـى ذلـك إلـى وجـود جماعات ارهابيه،وقد تتمثل الأحكام الأخلاقية فى اعتناق تلك لأفكار خاطئة مضادة للمجتمع، وقد يكون اقتراح سبل العلاج من خلال تكثيف المواجهات الأمنية للعمليات الإرهابية، أو من خلال تحسين المـستوى الاقتـصادى و القضاء على البطالة، أو الاهتمام بالتوعية ضد الجريمة.

ويشير " إنتمان " (Entman,1991:G) إلى إمكانيـــة تنـــاول الأطـــر الإعلامية وفق مستويين أساسيين : يتعلق المستوى الأول : بتحديد مرجعية تساعد فى عملية تمثيل المعلومات واسترجاعها من الذاكرة مثل : اســـتخدام إطار " الحرب الباردة " فى المجتمع الأمريكي للتمييـــز بـــين الأصـــدقاء و الأعداء فى الشئون الخارجية. ويتعلق المستوى الثانى : بوصف السمات التى تمثل محور الاهتمام فى النص الإعلامي. ومن خلال التكرار و التدعيم يـــتم إبراز إطار بعينه ينطوى على تفسيرات محددة تصبح بدورها اكثر قابليـــة للإدراك و التذكير من الجانب الجمهورى الذى يتعـــرض باســـتمرار لتلـــك الوسيلة الإعلامية.

ويتضمن تحليل الإطار الإعلامي ثلاثة مكونات أساسية هى :

١. البناء التركيبى (الشكلى) للقضية الإخبارية. Syntacatical Strueture
٢. الفكرة المحورية. The Matic Structure
٣. الاستنتاجات الضمنية. Rhetorical Structure

الفصل الخامس

البرنامج الإذاعي

- تعريف البرنامج الإذاعي
- تقسيم البرامج الإذاعية
- مكونات البرنامج الإذاعي
- شروط التخطيط للبرامج الإذاعية
- عناصر البرنامج الإذاعي

١- المذيع ٢- المعد

٣- المخرج ٤- مهندس الصوت

٥- المنتج

- تقييم البرنامج الإذاعي
- الاعتبارات التي يجب أن يراعيها البرنامج الإذاعي
  - توقيت الإذاعة
  - زمن البرنامج
- ضيوف البرنامج
- موضوع الحلقة
- إخراج البرنامج
- أهداف البرنامج
- موسيقي البرنامج
- تتر البرنامج
- مذيع البرنامج
- معد البرنامج
- اسم البرنامج
- الدورة الإذاعية
- البرنامج اليومي الإذاعي
- البرنامج الشهري الإذاعي

تعريف البرامج الإذاعية :

البرامج الإذاعية هي تلك الأشكال العديدة ذات المحتويات المختلفة التي تقوم الإذاعة بعرضها أثناء وقت الإرسال الإذاعي علي المستقبلين علي اختلاف أعمارهم وفهمهم وأخبارهم ومستوياتهم الثقافية والاجتماعية وميولهم السياسية وانتماءاتهم العقائدية والدينية والعنصرية بهدف شد انتباهاتهم والتأثير فيهم لتتمكن المحطات والقنوات من زيادة عددهم وبالتالي جذب المعلنين لها.

وهناك تعريف آخر للبرنامج الإذاعي :

فما هو إلا فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في شكل أو قالب معين لتحقيق هدف مطلوب وتوصيل رسالة معينة متمعدًا علي الصوت بالنسبة للإذاعة ويتكون من الكلمة المنطوقة – المؤثرات الصوتية – الموسيقي.

أيضا فإن برامج الراديو عبارة عن اتصال يقوم به فريق عمل محدود العدد ليصل إلي أعداد غير محدودة من المستمعين ويستخدم في هذا الاتصال الرموز المسموعة فقط ويتم التعرف علي رجع الصدي في الاتصال الإذاعي من خلال الأبحاث والإحصاءات ومعدلات القياس حتي يتمكن للإذاعيين تخطيط الرسائل المستقبلية.

هذا ويتطلب في البرنامج الإذاعي الجيد :

دراسة الجمهور المستهدف دراسة وافية بحيث يتم إعداد البرنامج الإذاعي ليناسبه سواء كان هذا الجمهور قادة الرأي أم الجماعات العرقية للسكان بالإضافة إلي أهمية تحليل أفكار واتجاهات ورغبات جمهور المستمعين حتي يمكن تنفيذ الرسائل الاتصالية التي تلبي حاجاتهم وتشبع رغباتهم.

تقسيم البرامج الإذاعية :

يمكن تقسيم البرامج التي تذيعها محطات الإذاعة إلي نوعين :

الأول : هو البرنامج العام الذي تنفق عليه محطة الإذاعة باسم البرنامج

المدعم (Sustained) ويشمل الأخبار والموسيقي والأغاني والأحاديث والتمثيليات والأفلام والمنوعات. ولا تستغني محطات الإذاعة الأهلية التي تعتمد أساسا علي بيع الوقت الإعلاني كمصدر إيراد أساسي لها عن تقديم البرامج المدعمة علي نفقاتها وذلك كي تشغل بها الوقت المخصص للإذاعة عندها إذا لم تستطع أن تشغل ذلك الوقت كله بالبرامج الإعلانية ولكي تقدم خدمات عالية تعينها علي تكوين جمهور خاص لها كما أنها تعد بعض من هذه البرامج لتبيعها للمعلنين الذين يستخدمونها في الإعلان عن أنفسهم.

الثاني : هو البرنامج الذي يقدمه المعلن علي نفقته الخاصة ويذيعه من محطة واحدة بحيث يستمع إليه جمهور تلك المحطة أو من عدد من المحطات تكون شبكة واسعة تغطي عددا من المدن أو المناطق ليصل البرنامج إلي كافة المستمعين بالدولة أو إلي نسبة كبيرة منهم ويتخذ البرنامج الإعلاني الذي يقدمه المعلن أشكالا عدة أهمها ما يلي :

أ- البرنامج الذي يرعاه المعلن (Sponsored Program) :

وهو الذي يتخذ صفة البرنامج العام غير أنه يستغرق مدة تتراوح بين ٥ دقائق و ٦٠ دقيقة ويكتفي المعلن بتقديمه باسمه أو باسم منشأته أو أحد منتجاتها فيعرف بذلك لدي المستمعين الذين يترقبون في الموعد المقرر لإذاعته – إذا كان منتظماً في ذلك. وقد يذكر اسم المعلن أو منتجاته في نهاية البرنامج أو في وسطه بدلا من أوله وفقا لظروف البرنامج ومحتوياته.

ويتحمل المعلن تكاليف هذا النوع من البرامج ويشمل ذلك أجور الممثلين والمطربين والموسيقين ومقدم البرنامج وتكاليف التسجيلات اللازمة... بالإضافة إلي ثمن الوقت الذي تستغرقه إذاعة البرنامج.

ب- الإعلان المباشر announcement

ويكون علي شكل جملة يلقيها المذيع أو حديث بين اثنين أو علي شكل أغنية أو تمثيلية بحيث يتعلق بالموضوع المذاع بالسلعة أو الخدمة المعلن عنها بطريقة مباشرة ويستغرق الإعلان وقتا يتراوح عادة بين ربع دقيقة

والدقيقة الكاملة ويتحمل المعلن بتكاليف انتاجه وثمن شراء الوقــت الــلازم لإذاعته.

جـ- الاشتراك في برنامج عام تذيعه المحطة :

كأن يذكر اسم المعلن أو إحدى سلعة أو توضيح إحــدي المغريــات المباعة لمنتجاته وذلك بطريقة عرضية أثناء البرنــامج وبحيــث لا يــدرك المستمع أن ما تضمنه البرنامج عن المعلن كان مقصودا به الإعــلان عنــه ويشترط لقبول إذاعة الإعلان ضمن البرنامج العــام أن يكــون موضــوعه متجاوبا مع طبيعة البرنامج ويتحمل المعلن عادة مبلغا معينا نظيــر إذاعــة إعلانه ضمن البرنامج المتفق عليه ويتوقف هذا المبلغ علي مدة الإعــلان وأهمية البرنامج.

❖ كذلك هناك تقسيم آخر حسب طبيعة الموضوعات التي تعالجها وتبعــا لطبيعة المستفيدين منها فهناك :

١- البرامج الثقافية

يطلق مفهوم الثقافة علي كل مصدر علم ومعرفة يزيد مــن حــصيلة المستفيد ويوسع أفقه وتفكيره قد يرتبط ذلك بتخصصه ولكن غالباً ما يكــون خارج نطاق تخصصه ويمكن القول أن البرامج الثقافية هي أقرب إلــي أن تكون تعليمية غير منهجيه.

٢- البرامج الاجتماعية

وهي تعني بترابط أفراد الأسرة والمجتمع وتتفاعــل مــع العــادات والتقاليد وتميل إلي ترسيخ مباديء التربية والفضيلة.

٣- البرامج الدينية

وهي برامج روحية ذات طبيعة خاصة لكنها تتداخل ضــمن البــرامج والمواد العامة وهي موجهة للغالبية العظمي من طبقات المجتمع.

٤- البرامج الرياضية:

وهي برامج موجهة إلي شريحة معينة من المجتمــع علــي عكــس البرامج الثقافية والاجتماعية التي تقوم علي قاعدة الاتصال العريضة.

٥- البرامج الموجهة : (ا) البرامج العسكرية، (ب) ركن المــرأة، (جـــ) الأرض الطيبة، الذي يعني بالإرشاد الزراعي........إلخ.

٦- المواد الغنائية والموسيقية :

تقدم الأغاني والموسيقي (أ) كفقرات ترويحية، (ب) كمؤشرات سمعية. قد تكون محلية أو أجنبية وقد تكون دينية أو عسكرية أو عاطفية وفي جميع الحالات يجب توخي الحذر والحيطة عند استخدامها في البرامج الإذاعية.

٧- البرامج والمواد السياسية :

وأهمها الأخبار والتعليق السياسي والمناسبات الوطنية أو القومية.

٨- البرامج الإرشادية والمتنوعة :

ترتبط بمناسبات معينة مثل : أسبوع العناية بالمــساجد أو العنايــة الصحية والتطعيم........إلخ حيث يتم بث نصائح أو إرشادات تتعلق بأهمية الحدث وتكرر الرسالة عدة مرات خلال فترة البث لإتاحة الفرصة أمام عدد كبير من المستفيدين لاستقبال الرسالة وقد تستخدم هذه التقنية في موضوعات غير رسمية مثل السلامة المرورية أو الابتعــاد عــن التــدخين أو التبــرع للجماعات الإسلامية التي تعاني من المجاعة أو الفقر أو الكوارث.

٢- البرامج التعليمية والعلمية :

وهي التي يتم بناؤها وفق أهداف واضحة محــددة بحيــث تــضيف معلومات جديدة إلي المستمع وتعمل علي إحداث تغيير في اتجاهــه ســلوكه وأن تكون مثيرة للانتباه لا مثيرة للعواطف وأن تكون مترابطــة الحلقــات والفقرات وأن تساعد علي التخيل والتفكير المنطقي الجيد.

❖ مكونات البرنامج الإذاعي :

البرنامج الإذاعي يتكون من مجموعة من العناصر الرئيسية التي تساعد في صناعة البرنامج وأسلوب وضع هذه العناصر مع بعضها داخل البرنامج هو ما يطلق عليه البناءStructure ويتكون أي برنامج إذاعي من العناصر التالية:

١- الفقرات : (Units)

مثلما يكون البيت عبارة عن مجموعة من الأحجار والكتاب مجموعــة من الصفحات والمسرحية مجموعة من المشاهد فالبرنامج الإذاعــي أيــضا

عبارة عن مجموعة من الأجزاء الصغيرة التي تكمل بعضها البعض بحيث يمكن أن نطلق علي جزء متكامل وحدة Unit أو فقرة فالفقرة هي فترة قصيرة ضمن البرنامج الإذاعي تعرض نوع ما من المادة المقدمة، وتسيطر فيها فكرة واحدة علي الحدث وتتسم كل فقرة بوحدة المكان Location وقد تختلف في المادة أو الفكرة التي تقدمها عن الفقرات السابقة أو اللاحقة عليها.

ومن أمثلة الفقرات المتكاملة داخل البرنامج الواحد ما يلي :

- ✓ مونولوج فكاهي ضمن برنامج منوعات.
- ✓ سلسلة من الفكاهات القصيرة المتتالية تصبح فقرة واحدة في حين إذا استغرقت كل نكتة فترة أطول يمكن أن تصبح فقرة مستقلة.
- ✓ أغنية أو فاصل موسيقي ضمن برنامج منوعات.
- ✓ مادة مسجلة علي شريط مع مقدمة بسيطة تشير إليها.
- ✓ تقارير الطقس – الرياضة – الأخبار مع فاصل موسيقي قصير كما يحدث في البرامج المسجلة.
- ✓ العنصر الإخباري الرئيسي الواحد داخل البرنامج الإخباري.
- ✓ مقابلة مع شخصية أو ضيف يشارك في برنامج مسابقات.
- ✓ الأسئلة والإجابات المتعلقة بفكرة في برنامج حوار أو مناقشة بشرط أن تكون تلك الأسئلة قصيرة ومركزه حول فقرة واحدة.
- ✓ إعلان إذاعي كامل.
- ✓ كل الأمثلة السابقة تعتبر فقرات ضمن البرنامج الإذاعي الواحد، ويتفاوت زمن الفقرة الواحدة من نصف دقيقة إلي نحو أربع دقائق ويمكن ملاحظة تسلسل الفقرات عند الاستماع لأي برنامج إذاعي وتتبع أهمية هذه الفقرات عند تحليل بناء البرنامج الإذاعي.

٢- سرعة الإيقاع : (Pace)

التحكم في سرعة ايقاع البرنامج وتغيير نمط هذه السرعة يساعد علي الاحتفاظ بإهتمام المستمع للبرنامج، فالناس لا يعطون اهتمامهم الكامل للأشياء الجامدة أو بطيئة الحركة سواء كانت فكرة أو موقف أو شيء ويمكن

قياس سرعة البرنامج من خلال متوسط الزمن المخصص لكل فقـرة مـن الفقرات فكلما كانت الفقرات قصيرة كلما زادت سرعة الإيقاع وكلما كانـت الفقرات طويلة كلما قلت سرعة البرنامج وحتي يمكن إضفاء الحيوية علـي البرنامج يجب إزالة فقرات الصمت التي قد تحدث أثناء المناقشة كذلك يجب أن يكون هناك تنوع من طول الفقرات واختلاف بـين الأفكـار أو الأشكال التي تعرض بها الفقرات.وبوجه عام كلما كانت الفقرات قصيرة كلما زادت سرعة البرنامج وحجم الإثارة فيه.

٣- البداية القوية للبرنامج : (Strong Start)

ذكرنا أن فقرات البرنامج لابد أن تكون متناسبة مع بعضها لتشكل وحدة للبرنامج ككل فضلا عن تنوع هذه الفقرات وأن تكون قصيرة بـشكل كاف حتي تتيح سرعة الإيقاع وبالإضافة إلي ذلك فإن الفقرات التي تقدم في بداية البرنامج يجب أن تكون شديدة الفعالية والإثارة وهذا ما يطلـق عليـه البداية القوية (Strong Start) أما داخل جسم البرنامج فيجب أن يكون هنـاك تغيير وتضاد بين الفقرات بما يضمن استمرارية البرنامج ويصل بـه إلـي مرحلة الذروة (Climax).

فالفقرة الأولي في البرنامج الإذاعي يجب أن تلفـت انتبـاه المـستمعين بسرعة وجاذبية كبيرة وإلا فإن المستمع قد يغلق جهاز الاستقبال بسرعة أو يدير المؤشر إلي قناة أخري أو علي الأقل يسمع البرنامج بدون اكتراث كاف فالفقرة الأولي من البرنامج يجب أن تنتزع المستمع من أي نشاط يقوم بـه وتدفعه نحو الاستماع.

٤ – التنوع: (Variety)

ليس المقصود بالتنوع هنا اختلاف الأفكـار أو الموضـوعات التـي يطرحها البرنامج وإنما يقصد بالتنوع استخدام الطرق والأساليب المختلفـة للتعبير عن فكرة واحدة أو موضوع ما.

فالبرنامج الذي تتخذ كل فقراته شكلاً واحداً لا يتغير هو برنامج ممل وغير جذاب مثل محادثة سياسية تستغرق نصف ساعة بدون أي تغيير فإنها تبعث

علي الملل رغم وجود الوحدة في البرنامج ذلك فإن المستمع يبحث عن الاختلاف والتمايز ولذلك يجب أن يكون هناك تنوع في المادة الخام التي تحقق هدف البرنامج.

ومفهوم التنوع إذا لا يتعارض مع مفهوم الوحدة في البرنامج الإذاعي فبرنامج الموسيقي أو المسابقات يجب أن يفي بمتطلبات الوحدة من خلال خلق المزاج العام أو إثارة فكرة رئيسية واحدة بينما يكون التنوع في نوع الحدث ، وأسلوب العرض واختلاف الموقف.

كذلك لابد من التنوع في حلقات البرنامج بين أسبوع وآخر فشكل برنامج المنوعات يكون متشابه كل أسبوع ولكن اختلاف الشخصيات والضيوف وأساليب التقديم وتنوع المواقف الفكاهية والأغاني والأفكار والعناصر الأخرى هو الذي يتيح التنوع.

٥- الوحدة : (Unity)

البرنامج الناجح لابد أن يحظي بدرجة عالية من الوحدة فرغم أن كل فقرة قد تتعامل مع شخصيات ومواقف وأفكار ومزاج مختلف إلا أنها لابد أن تصب في الفكرة الرئيسية للبرنامج وأفضل طريقة للتأكد من وحدة البرنامج هي أننا إذا أسقطنا أية فكرة داخلية بدون أن يؤثر ذلك علي البناء الكلي فمعني ذلك أن هذه الفقرة غير ضرورية ويجب حذفها في جميع الفقرات لابد أن تصب في البناء الأساسي الذي يحقق وحدة البرنامج ككل.والبرامج التي تحقق فيها الوحدة هي التي تدور حول فكرة رئيسية واحدة أو شخصية محورية.

هذه الخطوات السابقة تساعد في تحليل البرامج الأساسية وفقا لبناء البرنامج وهذه المباديء يحكمها الفكرة الأساسية، والنوع والأسلوب المستخدم فالبرنامج الجيد البناء هو الذي يتضمن هذه العناصر مجتمعة أو معظم هذه العناصر.

عند تخطيط البرامج الإذاعية يراعي الشروط الآتية :

١- طول البرامج : (Length)

تتكون البرامج التي تنتجها المحطة الإذاعية من عدد كبير من الوحدات

التي تتنوع في طولها فمنها ما لا يزيد عن ثوان محدودة وقد يمتد إلي ثلاث دقائق وهو ما نسمية الإعلانات Announcements ومنها ما يزيد زمنه عن ذلك ونسمية البرامج programs وغالبا ما تبدأ أطوال البرامج من خمس دقائق ومضاعفاتها ومع ذلك فإن الطول الفعلي للبرنامج لابد أن يقل عن الزمن المخصص له فالبرنامج الذي يخصص له خمس عشرة دقيقة يتم تسجيله في حدود أربع عشرة دقيقة وذلك حتي يتاح للقائم بالاتصال وضع إعلان أو أكثر بين البرامج وكذلك تقديم الإعلانات المختصرة التي تشير إلي اسم الإذاعة والترددات التي تستخدمها والمدي الذي يصل إليه الإرسال وتوضع هذه الإعلانات الإرشادية في أوقات منتظمة علي خريطة البرامج وعادة يتم تكرار هذه الإعلانات كل ساعة أو كل نصف ساعة.

٢- شكل الجدول الأسبوعي :

ينقسم جدول البرامج الأسبوعي إلي سبع خانات تشير كل منها إلي أحد أيام الأسبوع كذلك يتم تحديد ساعات الإرسال بالدقائق ويوضع بالجدول عناوين البرامج وأسماء المقدمين وزمن كل برنامج بالثانية ويراعي عند تخطيط الجدول الأسبوعي أن يسمح بالمرونة وتغيير أية برامج كلما اقتضت الحاجة ذلك ومع ذلك فهناك برامج لا تتغير أماكنها ولا زمنها علي الخريطة الإذاعية مثل القرآن الكريم في الافتتاح والختام ومواقيت الصلاة ونشرات الأخبار وبرامج الخدمة العامة وهناك برامج أخري متغيرة يتم تقديمها مرة أو أكثر أسبوعيا وبالإضافة إلي الجدوال الأسبوعية يتم عمل جداول تفصيلية لكل يوم.

٣- ترتيب البرامج (Iuxtaposition)

يشكل ترتيب البرامج مع بعضها البعض أهمية كبيرة لدي المنتجين فمحطة الإذاعة تسعي إلي جذب انتباه المستمعين وإثارة اهتمامهم حتي يظلوا يتابعون البرامج لأطول فترة زمنية ممكنة وهناك عدة تقنيات تستخدمها الإذاعات لكي تجذب المستمع نحو مداومة الاستماع إلي البرامج المختلفة وعدم إغلاق جهاز الاستقبال ومن أمثلة ذلك وضع البرامج المتشابهة بعضها

خلف بعض أحيانا يفضل المستمع أن يتعرض لنفس المضمون مع التنوع في الشكل ولذلك يتم ترتيب البرامج المتشابهة بشكل متتابع خلال فترة زمنية معينة.

وفي السنوات الأخيرة اتجهت المحطات الإذاعية إلي وضع ترتيب البرامج في شكل فترات متكاملة Blocks تمتد كل فترة نحو ثلاث ساعات مثل فترة الصباح المبكر (٦- ٩صباحا) منتصف الصباح (٩- ١٢ صباحاً) فترة الظهيرة (١- ٤مساءاً) فترة ما بعد الظهيرة(٤,٣٠ – ٦ فترة المساء (٧ – ١١ مساءاً) وهكذا.

<u>٤- اختيار المكان والزمان المناسب للبرامج :</u> (placement)

اختيار المكان المناسب للبرنامج علي الخريطة الزمنية يعتمد علي نشاط الجمهور وسلوكه وأسلوب تعرضه لوسائل الإعلام فنهاك أوقات تناسب العائلات أو ربات البيوت أو المراهقين أو الأطفال ولهذا يقرر الإذاعيون أي نوع من البرامج يناسب أي فئة من الجمهور وفي أي وقت يناسب هذه الفئة وبهذه الطريقة يمكن تحديد الزمان والمكان المناسب لبث كل البرامج.

<u>٥- شكل البرامج</u> (Format)

يعتمد الشكل التظيمي للبرامج علي طبيعة المحتوي وكذلك علي الهدف الذي ينشده البرنامج سواء إعلامي أو تثقيفي أو ترفيهي ومحتوي البرامج يشمل كل مناص الحياة بلا حدود مثل جوانب التجارة والصناعة والزراعة والصحة والسياسة والشئون الخارجية والجرائم والرياضة والدين ولابد أن يستخدم الشكل المناسب لتوصيل المحتوي ومن الجوانب الهامة في الشكل التأكيد علي عناصر إنتاج البرنامج الأساسي مثل زيادة أو قلة استخدام الموسيقي أو المؤثرات الصوتية.

<u>٦- القبول :</u> (Appeal)

الإذاعي الناجح هو الذي يبذل كل جهده لكي تستمر البرامج التي يقدمها تجذب المستمعين وتثير إعجابهم ويستخدم الإذاعي كل الوسائل الكفيلة

بتحقيق هذه الجاذبية هذا القبول ينتج من حسن قيادة عرض البرنامج Showmanship.

٧- القيمة (Value)

تتحدد قيمة البرامج بالنظر إلي محتواها فالمحتوي أما أن يكون جيداً أو سيئا صحيحاً أو خاطئاً حقيقي أو خيالي جاد أو فكاهي ولا شك أن محتوي البرامج يعكس اتجاهات الإذاعة ومقدار شعبيتها.

٨- سرعة البرامج : (Pace)

كلما كانت البرامج سريعة الإيقاع كلما زادت إثارتها وجاذبيتها ولكن المغالاة في سرعة إيقاع البرامج قد تؤدي إلي فقدان المستمع وعدم فهمه للرسائل المقدمة كذلك فإن البرامج البطيئة الإيقاع تسبب للمستمع الملل والرتابة وتختلف سرعة إيقاع البرامج وفق السياسة التي تعتنقها المحطة الإذاعية وأهدافها البرامجية ونوعية الجماهير التي تخاطبها بما يكسب كل محطة راديو شخصيتها المستقلة.

٩- الانطباع أو الأثر : (Figure)

لابد أن يترك البرنامج الإذاعي انطباع ما في نفس المستمع يجعله يرتبط بالبرنامج ويتوحد معه وكثيرا ما يحدث هذا الانطباع لدي المستمع نتيجة التوحد مع المذيع أو مقدم البرنامج أو قائد المناقشة أو الممثل أو الأفكار التي يطرحها البرنامج فالبرامج الجيدة هي التي تخلق انطباعات وصور جيدة لدي المستمع وتنتقل هذه الانطباعات من البرامج المنفصلة إلي الخدمة الإذاعية ككل.

١٠- الأصالة في البرامج : (Origin)

لابد أن يعكس البرنامج الإذاعي الأصالة الخاصة بالمحطة الإذاعية وتنعكس الأصالة في البرنامج من خلال انتقاء المحتوي واختيار المصادر واتجاهات القضايا التي تبرزها البرامج والصفة القومية أو المحلية التي تؤكد شخصية المحطة وأيضا في أسلوب اختيار الموسيقي والمؤثرات الصوتية.

عناصر البرنامج الإذاعي :

أولا : المذيـــــــــع :

تعريفه :

في لغتنا العربية وردت الإشارة إلي كلمة مذيع مرتبطــة بالفعــل أي العمل الذي يؤديه والوظيفة التي يقوم بها فكلمة " مذيع " هي اسم الفاعل من " أذاع " وهي تعني " الذيع " والمصدر " إذاعة " أي الانتــشار أو النــشر أو إعلان ما كان خافياً أو غير معروف فالمذيع هو أن يشيع الأمــر وأذاعــت بالأمر إذا اغشيته وأظهرته وأذاع الخير أي فشا وانتشر وعلي ذلــك يكــون المذيع وفقا لهذا الأساس اللغوي هو الشخص الذي يحتــرف نقــل وتقــديم المعلومات بصوته إلي الجماهير بواسطة الإذاعة أي الراديــو والتليفزيــون وبطريقة تخضع لمواصفات معينة

☒ وهنا التعريف يشتمل علي العناصر التالية :-

- ✓ إنه عمل يقوم علي نقل وتقديم المعلومات صوتيا.
- ✓ الاحتراف بمعني أن يكون هذا العمل هو الوظيفة والحرفــة والعمــل الذي يؤديه الشخص.
- ✓ أن يتم هذا العمل من خلال الإذاعة (الراديو أو التليفزيون)
- ✓ أن تخضع عملية نقل المعلومات صوتيا لمواصفات معينة هــي التــي تفرق بين عمل المذيع " Announcer " وكلا من الممثل – الــواعظ – الخطيب.

فالمذيع في الإذاعة المسموعة هو حلقة الإيضاح التي تربط بين الإذاعة والجمهور وبدونه لا يكون هناك سوي الصمت أو الشوشرة التــي لا تعنــي شيئاً فالمذيع هو صوت الإذاعة المميز انه وسيلتها إلي توصــيل رســالتها والاتصال بجماهيرها المستهدفة وهؤلاء لا يتعرفون علي الإذاعــة إلا مــن خلال أصوات مذيعها وما يقدمونه من نشرات أخبارية – مقابلات – ندوات موسيقي – أحاديث وغيرها.

والمذيع شخصية كارزمية " Charismatic " أي نه شخــصية مبدعــة موهوبة Talented موهبة إلهية لا تصنع والموهوبة حقيقة صفة لابــد مــن

توافرها لدي المذيع فإن الصوت العذب موهبة والقدرة علي الإبداع موهبة والمذيع هو ذلك الشخص الذي يتحدث إلي جمهور من خلال أجهزة الإرسال الإلكترونية لإحدي محطات الراديو والتليفزيون وعبر موجات عامة " Publicwaves " إلا أن هذا التعرف بعد تعريفا عاما ولا يمكن أن يقدم وصفا دقيقا للأعمال المتخصصة للمذيع فهناك المذيع :

كقاريء النشرة	New scaster
المذيع الرئيسي (الربط)	Anchorman
المذيع للعرض الاخباري	Reporters
المذيع كمعلق (راوية)	Narrator
المذيع كمعلق (سياسي)	Commentater
المذيع كمعلق رياضي	Sportcastor
المذيع كمعلق فني	Disk jockey
المذيع كمحاور في البرامج	Intorviewer
المذيع كمذيع للإعلانات	Commercials annowncer

المواصفات العامة للمذيع :

هناك عددا من الخصائص الأساسية التي لابد من توافرها في الشخص الذي يعمل مذيعا في الراديو وهذه الخصائص أو المؤهلات الذاتية أو الخاصة تعتبرها محطات الإذاعة بمثابة قواعد وأسس ومعايير للصلاحية لمهنة الكلام إلي جمهور غير مرئي وهنا سوف تعرض شيء من التفصيل لهذه الخصائص التي ينبغي توافرها في الشخص الذي يقدم للعمل كمذيع سواء كانت خصائص فطرية أو يمكن إكتسابها وهي :

١- <u>المستوي التعليمي :</u>

بمعني حصوله علي قسط معقول من التعليم ولكن بعض المحطات تشترط حصوله علي مؤهل جامعي كحد أدني للمستوي التعليمي وهناك محطات أخري لا تشترط ذلك وتري أن الثقافة الواسعة والخبرة بالحياة أهم من وجود مؤهل أكاديمي.

٢- المستوي الثقافي :

وهو يختلف عن المستوي التعليمي فالثقافة مختلفة عن التعليم فالمستوي الثقافي المقصود به بالنسبة للمذيع هو معارفه وخبراته العامة ودرايته بالحياة والناس وإدراكه الكامل للأحداث التي تجري من حوله فطبيعة عمل المذيع يتطلب منه أن يكون ذا ثقافة موسوعية أي شاملة لمعارف متنوعة ومتعددة في شتي المجالات فلابد من أن يكون المذيع شخصية عميقة الفهم جديرة بالإحترام والثقة وليست شخصية سطحية دون عمق وحضور ذهني ملموس كما تجدر الإشارة إلي ضرورة أن يكون متمكنا من اللغة التي ينطق بها في إذاعته وأيضا ملماً بلغة أجنبية أو اكثر.

٣- الصوت وطريقة الحديث :

يجب أن يمتلك المذيع صوتاً جيداً يؤدي وظيفته علي أكمل وجه وأن يكون لديه القدرة علي الكلام بطريقة جيدة وسطحية فلابد من سلامة النطق ووضوح العبارة والمقصود بالصوت الجيد هو الصوت الواضح القوي الذي ترتاح له الأذن والذي يخلو من العيوب أثناء النطق وهذا يتوقف علي مهارة المتحدث نفسه لأن الكلام أشبه باللحن الذي يعزف علي الآلة الموسيقية وهذه الآلة عند الإنسان هي الحنجرة وترتبط جودة الصوت ونطق الكلام وسلامة مخارج الألفاظ بسلامة الجهاز الصوتي للشخص فلابد للمذيع أن يكون صوته جيد يؤدي وظيفته علي الوجه الأكمل.

٤-الذكاء وسرعة البديهة:

أن عمل المذيع مهنة تتطلب المهارة وتحتاج إلي قدرات وكفاءات ذهنية معينة وهذا ما نطلق عليه الذكاء الذي يعني القدرة علي التعامل مع المشاكل والمواقف الجديدة والمفاجآت الطارئة وذلك ما نشير إليه أحيانا في أحاديثنا العادية بأنه سرعة البديهة أو القدرة علي حسن التصرف والمذيع بطبيعة الحال يحتاج إلي هذه الخاصية لأن عمله لا يخلو من المفاجآت التي تطلب منه قراراً سريعاً وتنفيذاً موازياً للقرار وفي كثير من الأحيان يكون علي المذيع أن يستخدم روح المبادرة التي تتطلب درجة عالية من الفطنة لكي ينقل رسالة عاجلة في عبارات بالغة الإيجاز.

٥- القدرة علي التخيل:

مطلب أساسي لعمل المذيع في الراديو لأنه يدخل في إطار الإبداع فالخيال هو الطريق إلي الابتكار والشخص الذي لا يملك هذه الخاصية لا يصلح لهذه المهنة لأنه سيكون عاجزا من التعبير التلقائي ويكون عاجزاً عن الإرتجال ومواجهة الجمهور سواء داخل الاستديو أو خارجه فالمذيع عليه بالفعل أن يتخيل أنه يتحدث بالفعل إلي شخص معين لأنه إذا لم يفعل ذلك سيبدو حديثه سطحي وفاتراً لا يعني أحد ولا يخص أحد وبذلك يفقد خاصية التواصل مع المستمعين والمشاهدين وهي خاصية أساسية في العمل الإذاعي مسموعا ومرئيا.

٦- الصحة الجيدة :

هناك علاقة وطيدة بالفعل بين عمل المذيع وحالته الصحية وهذه العلاقة لا يدركها إلا المحترفون الممارسون للعمل بالفعل حيث أن المذيع يقض نصف وقته داخل الاستديو تحت أضواء مزعجة ويقوم بإجراءات عديدة لضبط الصوت ومراجعة النص وملاحقة المذيع لضيف البرنامج وتوجيه الأسئلة إلي أن ينتهي البرنامج أخيرا بعد ساعات من العناء المتواصل فهنا أن يتمتع المذيع بصحة جيدة لأن المرض المتكرر والابتعاد الدائم عن العمل يتسبب في هبوط مستواه الفني وبالتالي يؤدي إلي الاستغناء عن خدماته من قبل تلك المحطات التي يعمل بها.

٧- التواضع والثقة بالنفس :

هناك خاصية هامة لابد أن يتصف بها المذيع وهي التواضع وفي حقيقة الأمر فإن التواضع نتيجة طبيعية للثقة بالنفس وهذه الثقة تتوفر للشخص عندما تتوفر له الموهبة والخبرة والمعرفة وعندما تتوافر هذه الخاصية في المذيع فإنها تفتح له باباً واسعاً أمام الشهرة

٨- القدرة علي العمل الجماعي :

إن الكلمة التي تبث علي الهواء من إحدي محطات الراديو هي في واقع المحصلة النهائية لجهود فريق متكامل من العاملين في تخصصات شتي

يعد المذيع واحد منهم ويعني هذا ببساطة أن الشخص الذي ينطوي علي نفسه ولا يمكنه العمل الجماعي ضمن الفريق لا يصلح بأي حال من الأحوال للعمل كمذيع خاصة وأن العمل الإذاعي يعد الوحيد الذي يحشد مجهودات أشخاص كثيرين لانتاج شيء يختفي بمجرد صنعه وعليه أن ينتج أعمالا جديدة طول الوقت.

٩- الصبر :

لا يصلح للعمل في مجال تقديم البرامج للراديو الشخص الذي تنقصه خاصية الصبر فتوافر هذه الخاصية تعينه علي التكيف مع نوع العمل الذي يتسم بالقلق والتوتر والمنافسة والذين لا يتحلون بملكة الصبر في هذا العمل هم الذين يتعجلون الشهرة ويتعجلون الفرصة التي تحقق أحلامهم في النجومية وهذا قد يكون بسبب إصابتهم بالإحباط عندما لا تواجههم الفرصة التي كانوا يحلمون بها

فضلا عن أن العمل لابد أن ينطوي علي بعض المشكلات اليومية فإن المذيع عليه أن يتعامل معها كأمر واقع ينبغي التعايش معه ولن يتمكن من ذلك مالم يستطيع أن يتحلي بالصبر أصلاً.

١٠- أن يكون صديق جميع المستمعين ورفيقهم وذلك يأتي من خلال تصوره وتخيله أنه يتحدث إلي المستمعين وكأنهم أمامه ويجلس جوارهم ويتحدث إليهم بالأسلوب الذي يفهمونه وفي الموضوع الذي يهمهم.

١١- التقيد بوقت البرنامج فلكل مادة إذاعية وقت ثابت ومحدد يجب علي المذيع الالتزام به دون زيادة أو نقصان.

واجبات المذيع واختصاصاته :

ونقصد بواجبات المذيع مهامة التي توكل إليه من قبل المحطة التي يعمل بها وتتلخص هذه الواجبات في المهام الآتية :-

١- تنفيذ البرنامج اليومي للمحطة ويطلق علي المذيع في هذه الحالة اسم مذيع الربط أو الفترة أو التنفيذ وهو الذي يقوم بتنفيذ فترة من البرنامج اليومي المعد للمحطة.

٢- قراءة النشرات الإخبارية في الإذاعة وقراءة التعليقات وغير ذلك.

٣- تنفيذ الإذاعات الخارجية أي المادة الإذاعية التي تذاع علي الهواء مباشرة من خارج استديو المحطة.

٤- تقديم البرامج المختلفة وإجراء الأحاديث والمناقشات والندوات وغير ذلك.

٥- كتابة تقارير المذيعين.

٦- تدوين الملاحظات علي البرامج.

٧- تقديم وإذاعة مواد الإعلانات التجارية.

٨- قراء مواد التعليق علي الأفلام التسجيلية.

مسئوليات المذيع :

ونقصد بها الوجبات التي تحكم أداءه لمهامة أي أن المسئولية هنا تكون بمثابة الإطار الذي يتم العمل في نطاقه وأولي هذه المسئوليات نحو جمهوره فعليه أن يكون معلماً أي يؤدي دوره في إعلام الناس وإخبارهم وأن يكون موضوعياً وصادقاً وأمينا.

❖ أيضا هناك مسئولية المذيع تجاه المحطة التي يعمل بها وتجاه مجتمعه في نفس الوقت فهو ملتزم أن يجسد أهداف المحطة ويعبر عن سياستها فضلاً عن ضرورة الالتزام بالضوابط الأخلاقية التي تحكم العمل الإذاعي باعتبار أن الإذاعة تدخل كل بيت ولذلك فنجد بعض المحطات تفرض نوع من الرقابة علي المواد التي ترد إليها من الخارج قبل تقديمها كذلك فقد حرصت بعض الإذاعات علي وضع نوع من مواثيق الشرق وبعض الأخلاقيات لهذه المهنة وضرورة الالتزام بأسس وقواعد معينة مثل :-

١- منع تقديم وإذاعة المواد التي تتعلق بالجريمة والجنس باستثناء الجرائم ذات الطابع العام مثل حوادث اختطاف طائرات أو الإرهاب الدولي وغير ذلك.

٢- منع تقديم المواد التي من شأنها إشاعة الذعر والفوضي بين الناس.

٣- الحذر من تقديم المواد الخيالية علي أنها حقائق وإلا نتج عن ذلك

العديد من الكوارث والمخاطر.

٤- الامتناع عن الخوض في الأسرار الذاتية والخاصة بالأفراد وعدم تناولها بأي صورة من الصور.

٥- تجنب تقديم المواد التي تشجع علي المقامرة الإمتناع عن تقديم بعض المواد تتضمن السخرية من بعض المهن أو الحرف المختلفة إلي غير ذلك.

٦- مراعاة الموضوعية وعدم الذاتية تجاه المسائل والقضايا الأخلاقية بين الناس باعتبار أن الإذاعة جهاز قومي موجه للناس عموماً ولا ينبغي الانحياز لوجهة نظر دون أخري.

٧- أن يبتعد المذيع عن الدعاية التجارية لسلعة معينة في البرامج العامة إلا إذا كان هناك إعلان وافقت عليه المحطة مقابل أجر حصلت عليه.

٨- كذلك لا ينبغي القيام بالدعاية الشخصية للأفراد إلا إذا كان ضمن الحملات الانتخابية لمناصب معينة في مؤسسة وهيئات معينة.

٩- لا يذيع أي مادة غير معتمدة أو مدونة ومقررة في البرنامج

<u>وعموما :</u>

فالمذيع يقوم بقراءة نشرات الأخبار والتعليقات السياسية وتقديم فقرات البرنامج اليومي والربط بينها وإذاعة الحفلات الخارجية كما يقوم بمراجعة الاسطوانات والشرائط الموجودة بالاستديو علي البرنامج اليومي والتأكد من مطابقتها ويشترط في المذيع أن يكون حاصلا علي مؤهل عال متخصص مناسب واجتياز اختبار دقيق في الصوت أمام الميكرفون وإجادة اللغات الأجنبية.

❖ <u>قام اتحاد الإذاعة والتلفزيون في مصر بتوصيف المذيع طبقا لما يأتي :</u>

<u>أولا المذيع العام</u> The Straight Annowcer

يعتبر مذيع الراديو هو رجل العرض Anchorman بالنسبة لمحطة الراديو، فهو الشخص الذي نسمع صوته لساعات طويلة خلال اليوم ولفترة طويلة من السنين وهناك تأثير كبير لأسلوب كلام المذيع علي مستويات كلام المستمعين فطريقة أداء المذيع تقدم نموذج يقلده الناس لذلك لابد من التأكيد

علي سلامة النطق والتمكن من اللغة والقدرة علي القراءة بسهولة وطلاقة والقدرة علي توصيل الأفكار بوضوح والألفة مع المستمع وتواجد الشخصية عند التحدث أمام الميكرفون والمذيع لابد أن يتوافر لديه خبرات واسعة وثقافة متنوعة وشخصية جذابة.

ويشترط في المذيع العام القدرة علي تقديم كافة أشكال البرامج والربط بين البرامج المختلفة والإعلان عن برامج الموسيقي الشعبية الكلاسيكية وقراءة الإعلانات من كل الأنواع وقيادة برامج المناقشات وتقديم الاحتفالات وبرامج المنوعات وتقديم الإذاعات الخارجية علي الهواء ويقوم بدور الراوي في البرامج التسجيلية فهو غير متخصص في تقديم نوعية معينة من البرامج وينتشر هذا النوع من المذيعين في محطات الراديو المحلية الصغيرة حيث يقوم بكل الأدوار ولهذا يتسم بالذكاء والمرونة وسرعة البديهة والقدرة علي تنويع الأداء والحيوية والقدرة علي الإيحاء بالمناخ النفسي للمستمع في المواقف الإذاعية المختلفة.

ثانيا: مقدم البرامج الموسيقية (The Disk jockoy)

باعتباره المعلق المرح أو مقدم البرامج الموسيقية فهو الشخص الذي يختار ويعرض المواد الموسيقية، ويتحدث ليملأ الوقت بين البرامج أو الفقرات وينتشر هذا النوع من المؤديين في المحطات التجارية التي تقدم الترفيه ويتسم هذا المذيع بشخصية جذابة ومقدرة علي التخيل وقد ظهر مصطلح Disk Jockey لأول مرة في مجلة (variety) الأمريكية عام ١٩٤١ لوصف الشخص الذي يقدم المواد المسجلة وخاصة المواد الموسيقية وقد اتجهت معظم المحطات التجارية الأمريكية إلي هذا النمط من الأداء خلال عقد الخمسينات.

وتحتل برامج الـ The Disk jockoy وقتا كبيرا من زمن المحطات التجارية الصغيرة وتعتبر من البرامج التي تخدم قطاعات معينة في المحطات الكبيرة وتتطلب هذه البرامج مهارات خاصة لأنها تعتمد أساساً علي كفاءة المؤدي وقدراته علي دمج المحادثات بالموسيقي والإعلانات وعمل بعض المقابلات في المناسبات وهذا النوع من المذيعين يتسم بروح مرحة وحيوية في الإلقاء ومقدرة علي الإضحاك.

ثالثا مقدم الإعلانات علي الهواء : The On-the – Air –Saleperson

تعتمد محطات الراديو التجارية الأمريكية علي تـــرويج الإعلانـــات ولذلك يتم تعيين عدد من المذيعين المتخصصين في إقناع المستمعين بشراء السلع أو الإقبال علي الخدمة الإعلانية. وتنقسم الرسائل الإعلانية إلي عـــدة أنواع فمنها ما يتوجه إلي الإقناع العقلاني ومنها ما يخاطب الغرائز وبعضها يسعي لتدعيم الصورة الذهنية بمؤسسة ما. ومقدم الإعلانات لابد أن يكـــون لدية القدرة والمهارة علي تقديم كل هذه النوعيات في بعض الإعلانات يـــتم تقديمها ارتجاليا علي الهـــواء " Ad-Lib " وتـــسمي الإعلانـــات المباشـــرة والبعض الآخر يتم تسجيله وإضافة الموسيقي والمؤثرات الـــصوتية علـــي محتواه وأيضا بعض الإعلانات يعتمد تقديمها علي نمط واحـــد، والـــبعض الأخر يشترك في تقديمها صوتين أو أكثر وهناك إعلانات تعتمد علي الأداء الدرامي. وجميع الإعلانات تحتاج إلي التنوع في الأداء خدمـــة لمـــضمون الرسالة الإعلانية حتي يمكن تصديقها وتكتسب الجو النفسي الملائم لترويجها ومقدم الإعلانات يتفهم كل هذه العوامل ويعكسها في الأداء.

رابعا مقدم نشرات الأخبار : The Newscaster

أسلوب العرض هو الذي يحدد أهمية النشرات الإخبارية الممتازة يمكـــن أن يضيع أثرها عند عرضها بأسلوب ضعيف. ولذا يتسم مقدم نشرة الأخبار بالعديد من الخصائص مثل الشخصية المميزة التي تحظـــي بـــالقبول علـــي المستوي الاجتماعي العام فرغم أن الناس يعيرون اهتماماً كبيرًا لما يقولـــه المذيع إلا أن نسبة كبيرة من المستمعين يركزون أيضا في كيفبة التعبير من خلال قاريء النشرة، وقاريء النشرة الناجح هو الذي لا يتفاوت أداءه بـــين نشرة وأخري ويكون لديه القدرة علي عزل انفعالاته الشخصية لحظة إضاءة الضوء الأحمر في الاستديو وبداية قراءة النشرة كذلك يعمل قاريء النـــشرة علي تحقيق الألفة مع المستمع من خلال نقل الإحساس بمضمون القصة ومن خلال تنوع الأداء.

ويسعي قاريء النشرات إلي كسب مصداقية الجمهور فيما يقول ويـــتم ذلك عن طريق قراءة النشرة بامعان وتحديد الوقفات بشكل واضح والتـــنفس

بصورة طبيعية أثناء القراءة. ومراعاة الوضوح والبساطة والسرعة المناسبة وأسلوب التحادث عند تقديم نشرة الأخبار أو البرنامج الإخباري ولعل اكبــر مهارة يحتاج إليها قاريء النشرة هي أن يجعل المستمع يشعر بأنه يمـــارس عمله بحرفية وإتقان فالحرفية تتطلب الشجاعة، الثقة بالنفس والالتزام وعدم التحيز ولابد أن تنعكس هذه السمات علي قاريء نشرة الأخبار مـــن خـــلال وضوح الصوت وسرعة الأداء والألفة مع الأخبار والدقـــة فـــي الألفـــاظ، والأسلوب المميز في الأداء.

خامسا مذيع البرامج الرياضية : The Sportcaster

تعد إذاعة البرامج الرياضية نمطاً متخصـــصاً مـــن الأداء الإذاعـــي فمخرج البرنامج الرياضي هو المسئول المباشر عن نجاح البرنامج من حيث أسلوب التقديم وإعداد البداية والنهاية وإجراء بعض المقابلات أثنـــاء تقـــديم المباريات ويتسم مذيع الرياضة بالقدرة علي تلوين الأحداث بصوته وإضفاء الصدق والحيوية عليها، وكذلك يجب أن يلم بالمصطلحات الخاصة باللعبـــة التي يذيعها ويكون علي دراية بقوانين اللعبة ويتجنب الأحكام الخاطئة أثنـــاء التقديم أو التحيز لفريق دون الآخر. ومن المهم أن ينساب الكلام من مـــذيع الرياضة بسهوله وسرعة ويصف الأحداث بصدق وموضوعية وبدون نقص فمذيع الرياضة يقوم بدور عين المستمع ويقوم بدراسة وفهم الأسماء والأرقام وقد يستعين في سبيل ذلك ببعض المعاونين واللوحات الإرشادية ويكتـــسب تلوين الصوت والحماس أهمية كبيـــرة لـــدي مقـــدم المباريـــات والبـــرامج الرياضية.

سادسا مقدم برامج الحوار : The Interviwer

يعد شكل الحوار من اكثر أشكال برامج الراديو انتشارا ويتوقف نجـــاح هذا الشكل علي قدر النجاح في إعداده وأسلوب تقديمـــه بـــشكل يـــستهوي المستمع ويمكن إعداد الحوار اعدادًا كاملاً من جانب المحـــاور Interviewer والمتحاور معه Interviewee كما يمكن وضـــع خطـــوط أساســـية للأســـئلة والإجابات وأحيانا تكون برامج الحوار تلقائية بدون إعداد مـــسبقاً وهنـــاك

مخاطرة عند تقديم الحوار التلقائي تماما خاصة إذا كان المحاور معه قليـــل المعلومات أو لا يجيد التعبير عن أفكار مسبقة أو تكون إجاباته مختصرة جداً أو طويلة جداً في نفس الوقت فإن اللقاءات المعدة مسبقا بشكل دقيق كثيراً ما تسفر عن حوار جاف ومتكلف.

وحتي ينجح الحوار لابد أن ينجح المحاور في إيجاد الألفة والتفاهم مع المصدر ودراسة الموضوع دراسة وافية قبل إجراء المقابلة كما يجب تحديد اتجاه المقابلة مقدما وتحديد الأسئلة الرئيسية وأن يعتمد إلقاء الأســئلة علـــي الوضوح والبساطة مع توجيه أسئلة للمتابعة والتوضيح أو تــصحيح نقـــاط معينة والحفاظ علي اتصال جيد بالنظر مع المتحاور معه وعدم التعليق علي الإجابات ومعاملة المتحاور معه كشريك يأخذ ويعطي في إطار من المـــودة والعلاقات الإنسانية.

سابعا مقدم المناقشة أو الندوة The Moderator

تتضمن برامج المناقشات مجموعة من الخبراء أو المتخصصين فـــي مناقشة موضوع أو قضية معينة تهم أكبر عدد ممكن من المستمعين وتتـــسع للاختلاف في وجهات النظر أو التعدد في الآراء وقائد المناقشة هـــو مقـــدم البرنامج الذي يمهد للموضوع ويقدم المتحدثين وخلفياتهم ومؤهلاتهم ويقـــوم بتنظيم وإدارة المناقشة وحساب الزمن وتحقيق التوازن بين الآراء وإتاحـــة الفرصة لجميع المشتركين في التعبير عن أفكارهم وآراءهم ويـــضمن عـــدم خروج النقاش عن الموضوع الرئيسي ويكون لديه معلومات دقيقـــة حـــول الموضوع وشخصيات المتحدثين، وفي نهايـــة البرنـــامج بتلخـــيص الآراء للمستمعين ويعيد شرح الأفكار الأساسية للبرنامج.

ثامنا قائد الحفلات : The Master of Ceremony

أحيانا يقوم المذيع بدور قائد الاحتفـــالات فـــي المناســـبات الخاصـــة والاحتفالات الموسمية والأعياد القومية مثل مـــسابقات الجامعـــات الثقافيـــة وبرامج العروض والمنوعات ولابد أن يكون لدي مقدم البرنامج القدرة علي المرح والإضحاك والتكيف بسرعة مع المواقف المختلفة والتنوع في الإلقـــاء والحيوية والحماس عند تقديم ومهارة الارتجال وقيادة الحوار والمناقشات.

تاسعاً الراوي : The Narrator

تعتمد برامج الراديو علي العرض الوصفي للأحداث مثل نشوب حرب – احتفال – إذاعة خارجية من مكان معين بحيث يقوم الراوي بوصف الأحداث والتعليق عليها وفي الدراما الإذاعية يقوم الراوي بوصف المنظر وربط المشاهد بعضها ببعض وفي البرامج الوثائقية يقوم الراوي بالتعليق علي الأحداث والربط بين أجزاء البرنامج.

والراوي هو مزيج من المذيع والممثل فهو يتيح للمستمع ليس فقط رؤية الحدث من خلال دقة الوصف وإنما يتيح أيضا الانفعالات والمشاعر المرتبطة بالحدث ولذلك يكون صوت الراوي حيوي ومتميز وشديد الحساسية والتنوع يعبر عن كل العواطف والانفعالات.

وأسلوب الراوي يختلف عن أسلوب قاريء نشرة الأخبار فهو أكثر ألفة مع الحدث وجاذبية للمستمع ومرونة في الإلقاء فالسرد يعتمد علي الأسلوب الوصفي والشكل غير الرسمي أكثر من أسلوب قاريء نشرة الأخبار. والراوي مثل أي مذيع لابد أن يراعي سلامة النطق ودقة الألفاظ والقدرة علي تنويع الأداء وتقمص الشخصيات وغالباً ما يقوم بدور الراوي ممثل محترف.

عاشراً: المتحدث من الخارج The Outside Speaker

الحديث في الراديو ليس قاصرا علي المندوبين والمذيعين ومقدمي البرامج وإنما تعتمد نسبة كبيرة من البرامج علي الاستعانة برجل الشارع أو المواطن العادي للتحدث أمام الميكرفون وهؤلاء المتحدثين غير المنتظمين لابد من توجيههم عن كيفية استخدام الميكروفون والأوضاع المختلفة تجاه الميكروفون واستخدام الكلمات البسيطة المعبرة عن صور والمثيرة لخيال المستمع وتحديد زمن الحديث بدون زيادة أو نقصان والتدريب علي الإلقاء الطبيعي واستخدام أسلوب التخاطب والوعي بطبيعة جمهور الإذاعة وخصائصه في الاستماع وأهمية الإجابة علي الأسئلة بدون الاختصار المخل أو التفصيل الممل وكذلك الاستجابة لتوجيهات المخرج والفنيين أثناء التسجيل.

الحادي عشر : المراسل الإذاعي :

يقوم بالحصول علي الأنباء المسجلة من البلد التي تم إرساله إليه في شتي مجالات النشاط السياسي والاجتماعي والثقافي والفني وموافاة الإذاعة بأهم قضايا الساعة والأحداث الفورية وخاصة ما يتصل بسياسة مصر وإجراء الأحاديث مع الأجهزة المناظرة كالأحزاب والهيئات السياسية والعلمية الموجودة في البلد الموفد إليه.

الثاني عشر : المندوب :

يقوم المندوب بعمل المراسل في الداخل حتي يغطي أوجه نشاط أحد القطاعات بالإضافة إلي تغطية الأخبار والتسجيلات الفجائية التي تحدث خلال اليوم في قطاع المكلف به.

ويشترط في كل من المندوب والمراسل الحصول علي بكالوريوس الاقتصاد والعلوم السياسية أو الإعلام أو مؤهل عال مناسب وإجادة إحدى اللغات الأجنبية واجتياز البرامج التدريبية المناسبة لنوع العمل.

ثانيا : المعد :

نطلق كلمة إعداد في العمل الإذاعي عامة علي المعالجة الفنية لنص من النصوص حتي يمكن تقديمه بالطريقة المناسبة التي تلائم طبيعة الراديو وخواصه ويدخل في هذا النطاق كتابة الحوار أو السيناريو. إلا أن كلمة إعداد هذه تطلق علي بعض الجوانب الفنية والترتيبات المختلفة لانتاج برنامج معين ومن ذلك برامج الحوار (المقابلات – الندوات) حيث يقوم المعد بإختيار الموضوع والأشخاص المشاركين والاتصال بهم وإقناعهم بالمشاركة والاتفاق معهم علي كافة الترتيبات حتي الانتهاء من إنتاج البرنامج وسواء كان مذيع أو مقدم البرنامج نفسه هو الذي يقوم بهذا العمل أو يقوم به شخص آخر فإن هذه العمليات والخطوات و (الترتيبات) هي الإعداد ومن يقوم بها معد البرنامج فنقول إنه برنامج من (إعداد كذا) أو (إعداد وتقديم فلان).

فالمعد في الأصل هو الكاتب الإذاعي الذي يتخصص في كتابة مادة

معينة تصلح لأن تقدم من خلال الراديو.

ولما كان هذا الكاتب الإذاعي يتخصص عادة في مجال واحد من مجالات العمل الإذاعي كأن يتخصص في تحرير الأخبار وكتابة التعليقات أو يتخصص في كتابة النصوص الدرامية وإعداد برامج المنوعات مثلا فقد تعددت المسميات التي تطلق علي الكاتب الإذاعي فأصبح هنا المؤلف وكاتب السيناريو وكاتب الحوار والمعد المحرر والمعلق وهذه المسميات تختلف باختلاف طبيعة العمل الذي يقوم به كل من هؤلاء.

وفيما يلي نوضح الفرق بين هذه المسميات المختلفة للكاتب الإذاعي : –

١- المؤلف أو الكاتب : وهي تسمية تطلق علي الأديب أو الصحفي أو الفنان الذي يكتب مادة إذاعية فيكون هو مبتكر للمادة أو الموضوع ويندرج تحت هذه التسمية كاتب القصة – الرواية والأحاديث المختلفة.

٢- السينارست : وهو أيضا كاتب السيناريو هو الذي يقوم بكتابة النص السينمائي أو التلفزيوني والذي نطلق عليه اسم "سيناريو" والسينارست هو الفنان المتخصص في تهيئة المادة أو الموضوع لعرض مرئي علي شاشة السينما أو التليفزيون سواء كانت هذه المادة من تأليفه أو من تأليف شخص أخر.

٣- كاتب الحوار : هو الذي يتولي إعداد وتهيئة القصة لتقديمها للإذاعة بحيث تتحول إلي مسامع صوتية في الراديو وكابت الحوار هو نفسه مؤلف القصة أو الرواية أو تكون من تأليف غيره لذلك فيمكننا القول بأن السيناريو والحوار عملية إعداد معالجة للنصوص بحيث يكون ملائماً للعرض علي شاشة التليفزيون أو يكون مسمعاً صوتياً للراديو.

٤- المعد : وهو الشخص الذي يقوم بالمعالجة الفنية لنص من النصوص حتي يمكن تقديمها بالطريقة المناسبة التي تنال خواص الراديو أو التليفزيو ن كما أنه الشخص الذي يقوم ببعض الترتيبات والخطوات الفنية لانتاج برنامج معين حتي الانتهاء منه سواء كان هذا المعد هو مقدم البرنامج نفسه أو يقدمه شخص آخر.

٥- المحرر : ويطلق علي الشخص الذي يقوم بكتابة وتحرير

الأخبار سواء كان يشترك في جمع هذه الأخبار أولا سواء كان يقدمها بنفسه كمذيع أولا والمحرر هو الشخص الذي يقوم بمهمة كتابة أو صياغة الأخبار وهو هنا محكوم بما لديه من وقائع ومعلومات وكل ما يؤديه هو عملية صياغة وترتيب لعرض هذه الوقائع وهو بذلك يختلف طبيعة عمله عن المؤلف أو الشخص المبتكر لموضوع معين.

المواصفات العامة للمعد:

يتوقف نجاح المعد (الكاتب الإذاعي) علي توافر عدد من الشروط ينبغي أن تتوافر لديه علي النحو التالي:

١- الموهبة الذاتية : بمعني الاستعداد الشخصي فلابد في المعد أن يتوافر لديه القدر المناسب من الاستعداد الفطري أو الذاتي لهذا العمل وهو ما يطلق علية الموهبة التي القدرة الفكرية الفطرية أو المهرة الفطرية التي تتوافر لشخص دون غيره وهذه الاستعدادات والإمكانات يمكن تنميتها وصقلها بالتعليم والعلم والتدريب والممارسة.

٢- فهم طبيعة الوسيلة وخواصها : بمعني أن يضع المعد نصب عينيه وهو يكتب نص كاتباً طبيعته وخواص الوسيلة التي سيعرض من خلالها نصه لأنه كبير بالمفهوم العام أو الأدبي فهو لا يحرر نشره مطبوعة أو يكتب مقالا أدبيا بل ينبغي عليه أن يري بالعين ويسمع بالأذن لذلك فعليه أن يفهم احتمالات وحدود الوسيلة التي يكتب بها وأن يتعرف علي طبيعتها وخواصها.

٣- فهم طبيعة وخواص الجمهور : علي المعد أن يكون علي دراية بفهم طبيعة وخواص الجمهور الذي يكتب له أن يعرف مقدار التأثير المطلوب الذي يسعي إليه لكي يتضح له الهدف من كتابة النص

٤- الثقافة التي تتصل بالعمل الإذاعي : بمعني أن يتزود بمجوعة من المعارف الأساسية والفنون والعلوم المتصلة بالعمل الإذاعي وترتبط به مثل (الدراما - الموسيقي - التمثيل - النظريات الأدبية والفنية المختلفة - كذلك العلوم والفنون المتصلة وبتخصص دقيق) يكون المعد

قد اختار العمل فيه كأن يكون معد للأطفال مثلا فهنا لابد من دراسة علم النفس وأن يكون علي دراية باستخدام الألوان وغير ذلك

٥- الثقافة العامة : بمعني أن يكون علي دراية بكــل الفنــون والمعــارف والمعلومات والاهتمامات المتنوعه والتي تشمل (سياســة - تــاريخ - اقتصاد - مجتمع) لأن هذه الثقافة جزء لا يتجزء من الأفكار التي كثيراً ما تعينه علي أداء عمله بكفاءة.

٦- معايشة الواقع :بمعني أن يكون المعد جزءا لا يتجزء من البيئة والمجتمع الذي يعيش فيه مدركا لمشاكله وقضاياه وما يشغل الناس من هذه القضايا والمشكلات ومواقفهم منها وتفسيرهم لها لأن هذه المعايشة تمنح المعــد أفكاراً لا حدود لها وشخصيات لا حصر لها كما تعينه علي التعبير عن هؤلاء الذين يستمعون إلي البرنامج وعرض وجهات نظرهم فكلمــا زاد احتكاك الكاتب بالواقع ومعايشته مع الناس كلما زاد معرفته بهــم ولــن يتحقق ذلك إلا عن طريق فهم مشاعرهم وأحاسيسهم بواســطة معرفتــه الوثيقة بهم.

٧- المرونة :والقدرة علي مواجهة المفاجأت وهذا أمر يفرضه طبيعة الإنتاج الإذاعي حيث يخضع لظروف متغيرة في كثير من الحــالات ويخــضع للعديد من المفاجآت لذلك فعلي المعد أن يكون مرحاً وأن تكــون لديــه القدرة التي يستطيع من خلالها مواجهة هذه المفاجآت وحل مثــل هــذه المشكلات فالمعد المتميز والمتفوق يكون برز في مجال معين ليس فقــط لموهبته النظرية ولكن لقدرته علي تحمل التوترات الهائلة الناجمة عــن طبيعة العمل الإذاعي كأن يضطر المعد لمواجهــة حــالات معينــة أن يختصر النص أو إعادة كتابته أو إضافة معلومات جديدة إليه.

وعموما

فالمعد شخص متخصص فــي مجــال عملــه ولا يكتفــي أن يكــون متخصصاً ولكنه يجب أن يكتب لمستمعين يعرف خصائصهم العامــة لا أن يكتب لنفسه أو لتخصصه فقط كذلك يجب عليه مراعاة أن الوسيلة التي يكتب لها سمعية أي أنها تفتقر إلي أهم المثيرات للانتباه كحاسة البصر.

وعادة ما يختص المعد بإعداد سائر المواد والنصوص للبرامج واختيار المواد الإذاعية من مكتبة الشرائط كالموسيقي والأغاني المطلوبة للبرنامج وإعداد المواد العلمية وحضور البروفات مع المخرج وإبداء الملاحظات في تنفيذ العمل والمساهمة في التعديلات إذ تطلب الأمر متابعة الأفكار الحديثة في إعداد المواد العلمية للبرامج ويشترط في معدي البرامج اجتياز البرامج التدريبية المتخصصة لنفس العمل والحصول علي مؤهل عال مناسب.

ثالثا : المخرج

يصف (الجو خدار) المخرج فيقول (هو قائد المسرح وهو الذي يحدد طريقة الإبداعي وهو المسئول الأول عن نجاح العرض المسرحي أو فشله وعن أداء الممثلين أو عدم تفاعل الجمهور مع أحداث المسرحية).

وفي الحقيقة أن المخرج مسئول عن نجاح أوفشل أي عمل إذاعي أو تلفزيوني أو مسرحي أو سينمائي فعند فشل عمل إذاعي بالنسبة له يلقي اللوم عليه بحجة أنه حققه في اختيار الممثلين أو في توزيع أدوارهم أو في عدم إجادتهم لأدوارهم أو سوء في استخدام المؤثرات السمعية وغير ذلك.

والمخرج هو المسئول الأول عن البرنامج ويجب عليه أن يكون لديه خبرة كافية في العمل الإذاعي وأن يتقن جميع الأعمال الفنية ويستطيع إدارة العمل سواء داخل الاستديو أو في موقع الحدث أو من خلال وحدة الإذاعة الخارجية و المخرج الجيد يتعرف علي الأصوات بدقة ويتفهم خصائصها وتناقضاتها ويستخدم المخرج الكلمات والموسيقي والمؤثرات الصوتية مثله في ذلك مثل الرسام الذي ينتقي الألوان اللازمة لعمل لوحة فنية والمخرج يسعي دائما إلي اكتشاف الأصوات الجيدة باستمرار والصوت الجيد يمكن أن ينجح أو يفشل بسبب القرارات التي يأخذها المخرج لذلك فهو ينصت باهتمام لكل الأصوات ويعرف أين يجد الأصوات المناسبة ومتي وكيف يستخدمها ؟

المواصفات العامة للمخرج :

لابد أن يتوافر في مخرج الراديو بعض المؤهلات والمعايير العلمية والمعايير الشخصية حتي يكون عمله علي أكمل وجه وهذه المعايير يجب أن

تتوفر في المخرج علي النحو التالي :

١- أن تكون لدية قاعدة عليمة صلبة في الإخراج كأن يكـون حاصـلا علي مؤهل جامعي أو مؤهل علمي متخصص في الإخراج.

٢- اتفاق اللغة التي يستخدمها حتي يمكن تحرير النـصوص وتوجيـه المؤديين إلي النطق الصحيح.

٣- أن يعمل علي كسب وتعاون الفنانين والفنيين من خـلال احـساسة بالمسئولية

٤- مهارة وإدارة وتنظيم العمل وتوجيه الأشخاص الذين يتحدثون أمـام الميكرفون.

٥- أن يكون واسع الثقافة ومواكباً للأحداث وغزير الاطلاع علـي مـا يجري حوله من متغيرات.

٦- أن يكون مرهف الإحساس يملك القـدرة علـي تخيـل المواقـف والأحداث مما يساعده علـي تحديـد مـسئوليات الأداء والتمثيـل المطلوبة.

٧- أن يكون قد مارس التمثيل والإنتاج والتقديم والتعليق من قبل.

٨- أن يكون علي معرفة دقيقة بقواعد الإنتاج وإخراج البرامج الإذاعية السمعية من حيث التعامل مع الأجهزة والمعدات وكذلك من حيـث فهم العوامل النفسية للمثلين والجمهور.

٩- أن يكون علي دراية بخصائص الجمهور واحتياجاته وعاداته.

١٠- الثقافة العامة والإلمام بسياسات المحطة الإذاعية والتشريعات الإذاعية.

١١- حساسية تفهم الأصوات والقدرة علي تطويع الأفكار إلي مـصطلحات تناسب الأداء الصوتي.

كما يضاف إلي ذلك بعض الخصائص الشخصية للمخرج ومنها :

١- القيادة : وهي قدرة المخرج علي توزيع العمل وإدارة العناصر البشرية المختلفة التي تشترك في الإنتاج بحيث يكتسب احترامها.

٢- الذوق الحسي : وتتمثل في حسن اختيار المؤثرات الصوتية المناسـبة والأصوات المناسبة والتدريب الجيد.

٣- الخيال الخلاق : وتعني مقدرته علي أن يتصور المشهد حتـــي قبـــل إخراجه.
٤- سرعة البديهة وحسن التصرف : لابد أن يتصف المخـــرج بـــسرعة البديهة وحسن التصرف لمواجهة ما يقابله من مفاجآت أثنـــاء العمـــل ومشكلات كأن يتغيب أحد الممثلين مثلا فعندئـــذ عليـــه أن يتـــصرف بسرعة وأن يدرك الموقف بما يستحقه.
٥- الحكمة والكياسة : فأحيانا يفقد المخرج أعصابه أثناء تنفيذ العمل وهذا أمر يتنافي مع الحكمة والكياسة.
٦- عدم التردد واليقظة : وهذا يكسب احترام العاملين معه.

واجبات ومسئوليات المخرج :

ونقصد بواجبات المخرج أي المسئولية التي تكون بمثابة الإطار الذي يعمل فيه وأهم الواجبات التي تحكم أداءه لمهامة ومـــن هـــذه المـــسئوليات والواجبات ما يلي : -

١- قراءة المادة العلمية والنص الفني تماما بحيث يتولد لديه قناعة تامـــة بفكرة المادة وأهدافها.
٢- اختيار الممثلين وتوزيع الأدوار عليهم كذلك معرفة العدد المطلـــوب علي ضوء احتياجات الموقف التمثيلي.٠
٣- اختيار المؤثرات السمعية المناسبة وكذلك المؤثرات الصوتية اللازمة والتحقق من كونها ملائمة للنص أو لا.
٤- تدريب الممثلين والتأكد من تمكنهم من أدوارهم واختيـــار الاســـتديو والمكان المناسب لإخراج العمل الفني.
٥- الإشراف المباشر علي الإنتاج وإعطاء التعليمات للمثيلين والفنيـــين علي السواء.
٦- التقيد بجدول الإنتاج وبالزمن المحدد للمادة الفنية.
٧- الإشراف المباشر علي عمليات الحذف والإضافة فور الانتهاء مـــن الإنتاج النهائي.

وللمخرج أهمية كبيرة في غرفة المراقبة (الاستديو) سواء أثناء التدريبات أم

التنفيذ النهائي فهو إلي جانب إشرافه علي أداء الممثلين أمام لاقط الصوت فهو :

١- يراقب الوقت المخصص للبرنامج أو التمثيلية بدقة ويعمل علي عدم تجاوزه في أثناء تنفيذ التمثيلية.
٢- يراقب المؤثرات الصوتية المختلفة ويعطي ما يلزمه من تعليمات للفنيين الموجودين إلي جواره لاستخدامها علي الوجه المطلوب.
٣- يعطي ما يلزم من تعليمات بالمونتاج بل والإشراف المباشر عليه أثناء التسجيل أو في وقت لاحق.

وعموما

فإن الإخراج يلعب دورا فنيا مميزا في تنفيذ الأعمال ولاخراج البرامج الإذاعية واقع خاص وذلك لما يتطلب من جهد واع للتعويض عن غياب الكثير من الحواس والمثيرات ويعتبر المخرج هو حجر الزاوية في نجاح البرنامج الإذاعي وذلك عندما يختار العناصر البشرية المناسبة وكذلك المثيرات المناسبة وبيئة التسجيل المناسبة.

رابعا المنتج : The Producer

من الصعب تحديد دور المنتج فالبعض يري أنه الشخص المسئول عن البرنامج الإذاعي مهما كان شكل ومحتوي هذا البرنامج أيضا فإنه من ينظم البرنامج ويشرف علي تنفيذه يسمي المنتج.

فالمنتج هو من يقوم باحضار البرامج والإعلانات إلي الوجود وهدفه هو أن يجعل عملية الخلق والابتكار مملكة ولكي يحقق ذلك يستعين بفنانيين وفنيين وممولين وإداريين فيكون هو أصل الأفكار ويكون لديه ذاكرة حادة لاكتشاف المواهب في الكتابة والإخراج والأداء فهو يأخذ من مهندس الصوت تفهم الإمكانيات التقنية وتذوق الأصوات والقدرة علي استخدامها للتعبير عن الأفكار.

فالمنتج يبيع الأفكار أفكار البرامج وأفكار الإعلانات وأفكار خاصة باستخدام الموهبة أو الأداء.

والمنتج لديه خبرات واسعة واتصالات عديدة في أعمال التمويل

والعروض فهو دائما يبحث عن الأفكار الجديدة ومصادر التمويل الجديد هذا وينطوي عمل المنتج علي قدر كبير من المخاطرة لذلك فيكون حذارا ً فيمـــا يتعلق بأموال المستثمرين وهذا يجعله يستعين بالكفاءات العالية ا، المحترفين ويقوم بحساب البرنامج أو الإعلان بأقصى قدر من الدقة فكل لحظـــة علـــي الهواء يقوم بدفع ثمنها.

ولكي يقلل المنتج من هذه المخاطر فإنه يتعامل مع وكـــلاء موهـــوبين ووكالات إعلان موثوق بها وهو الذي يتفاوض علـــي عقـــود العمـــل مـــع المواهب فالعقد يتضمن كافة التفاصيل التي يعمل في ظلها الفنان والمنتج قد يكون موظفا في محطة الراديو أو قد يعمل بنظام القطعة.

المواصفات العامة للمنتج :

يمكن الاعتماد علي معايير محددة لاختيار من يعمل في مجال إنتـــاج البرامج من هذه المعايير ما يلي :

١- المعرفة الكاملة بتكنولوجيا الإذاعة

٢- المعرفة المتخصصة بتقنيات عرض البرامج

٣- أن يكون علي كفاءة علمية ومعرفة متميزة في مجال تخصصه كما هو الشأن مع شخص مميز أو صاحب موهبة مرموقة له إنتاجه وإسهاماته الواضحة والمعروفة.

٤- أن يتمتع بخبـــرة عمليـــة مـــشهود لهـــا كالأطبـــاء الجـــراحيين أو المخترعين........إلخ

٥- أن تتولد لدية القناعة والرغبة الشخصية والحماس فقد يكون الشخص مناسباً علماً وخبرة ولكن ليست لدية الرغبة في المشاركة وأن تتولـــد لديه القناعة بالدور أو المسئولية الموكلة إليه ومـــع أهميـــة الخبـــرة والكفاءة فإنه لا يمكن توقع نجاح أي عمل من شـــخص دون قناعـــه وحماس ورغبة شخصية.

واجبات ومسئوليات المنتج :

يمكن تلخيص واجبات ومسئوليات المنتج الذي يعمل تبعـــا لوحـــدة إنتـــاج

البرامج كما يلي :

١- تجميع العناصر البشرية اللازمة والتأكد من كفاءتها وتدريبها والإنفاق عليها.
٢- تأمين الأجهزة والمعدات والخدمات اللازمة والتأكد من صلاحيتها وسلامتها.
٣- تأمين مصاريف التوزيع للإنتاج سواء بالشراء أو البيع أو بالتبادل العلمي والثقافي كما هو الشأن في البرامج التعليمية التي تنتجها إدارات التعليم والمؤسسات الجامعية المتخصصة
٤- تأمين الميزانية اللازمة للانفاق علي عناصر الإنتاج والاستخدام والتقويم وتنقسم العناصر البشرية إلي :

- عناصر بشرية مكلفة بإدارة العمل وتقديم الخدمات الإدارية والفنية المرتبطة بجهاز وحدة الإنتاج.
- عناصر فنية متخصصة تتعاقد معها الإدارة من خارج الجهاز لتكليفهم بالإنتاج مقابل أجر معين ومن أمثلتهم الممثلون – ومعدو البرامج – العازفون – المغنون..... إلخ

الاعتبارات التي يراعيها المنتج عند إنتاج برنامج معين

١- لابد من تحيد طبيعة الجمهور وخصائصه باعتباره علي رأس أهداف أي عمل إذاعي.
٢- تحديد الموقع الجغرافي للجمهور سواء داخل الدولة أو خارجها وإذا كانوا داخل الدولة فما كثافتهم والمساحة الجغرافية التي ينتشرون فيها.
٣- تحديد احتياجات ومطالب الجمهور وما يريده وهذا التحديد يعمل علي الآباء اقتصاديا وفنيا وعمليا وكذلك للمنافسة مع باقي الإذاعات.
٤- أن يبني قراراتنا علي قاعدة نجيب عن تساؤل وهو كيف سيتم إنتاج البرامج العلمية في طلب تفكيرنا وهو ما يتطلب دراسة متأنية وراشدة

وعموما

فإن نجاح أي إذاعة يعتمد علي سلامة سياسة الإنتاج لديها ويحكم هذا الواقع السياسة العامة للإذاعة بالإضافة إلي إمكاناتها المادية والفنية فإذا

كانت الإذاعة تتمتع بإدارة إنتاج متمرسة وذات خبرة جيدة فهذا يعني حسن الانفاق وحسن إدارة الإنتاج وبالتالي حسن الناتج النهائي وغني عن القول أن أي خلل في هذه المعادلة ينتج عنه خلل في الناتج النهائي وبالتالي رداءة الإنتاج وفقدان الكثير من المستمعين عن هذه الإذاعة.

خامسا : مهندس الصوت :

يقوم مهندس الصوت بقياس شدة صوت المذيع أو المتحدث فإذا كانت شدة الصوت ملائمة بدأ التسجيل وإذا كانت عالية طلب مهندس الصوت من المتحدث الابتعاد قليلا عن الميكرفون إما إذا كان صوته اقل من الشدة المطلوبة يطلب منه الاقتراب ثم يتم التسجيل.

ويعمل مهندس الصوت تحت إشراف المدير الفني الذي يشترط فيه أن يكون متخصصا في هندسة اللاسلكي والإرسال الإذاعي بالإضافة إلي ذلك فيعاونه بعض العاملين الآخرين فيقومون بإعداد وتنفيذ البرامج من الناحية الهندسية ويقوم مهندسون الصوت بالمهام الأساسية الآتية :

١- تشغيل وصيانة معدات الاستديو وجهاز الإرسال.
٢- العمل علي تقديم الصوت الجيد من الناحية الهندسية والتأكيد من دقة التسجيلات.
٣- المساعدة في إعداد وصيانة الأجهزة والمعدات التي تستخدم في البرامج.
٤- إضفاء البريق الصوتي علي الأصوات الذي ينقصها هذا البريق ليخفف من العيوب الظاهرة في النغمة.

تقويم البرنامج الإذاعي :

☒ <u>للحكم علي برنامج ما بالنجاح أو الفشل فلابد من توافر ثلاثة شروط رئيسية هي :</u>

١- فكرة جيد وقابلة للتنفيذ.
٢- تنفيذ الفكرة أو إنتاجها جيداً من الناحية العلمية والفنية.
٣- العرض أو التقديم علي نحو جيد وبناء.

وللحكم علي أن الفكرة وإنتاجها وتقديمها علي نحو جيد يتم من خلال اختيار المادة أو البرنامج قبل أو أثناء أو بعد إذاعته علي الجمهور أو ما نطلق عليه تقويم البرنامج.

أسباب تقويم البرامج الإذاعية

١- بهدف البحث عن نقاط الضعف ونقاط القوة في البرنامج.
٢- لعرض دراسة إمكانية الاستفادة منه وهذا يتم غالبا بالنسبة للبرامج التي يتم استيرادها من الخارج.
٣- بهدف التركيز علي الجوانب الإيجابية فيه وتطويرها.
٤- لدراسة إمكانية إنتاج عمل مماثل يخدم أغراضا معينة أو منهجا معينا كالبرامج التعليمية أو التربوية.

يمكن تقويم البرامج الإذاعية من خلال ثلاث طرق هي :

١- أن يقوم فريق الإنتاج وهم الممثلون والمخرج والمعد والمقدم والمنتج بهذه المهمة وهذه الطريقة تمتاز بالسرعة والمرونة حيث يتم التقويم فور الانتهاء من الإنتاج ولكن عيوب هذه الطريقة هو التحيز لصالح البرنامج حتي لو وجدت فيه أخطاء جوهرية.
٢- أن يقوم بهذا العمل فريق علمي وفني متخصص ومحايد وميزته أنه يبرز قبول تقريره ويبني علي أسس علمية وفنية محددة ويمتاز بالمصداقية ولكن عيوبه أنه يستغرق وقت في عملية التقويم كما يرفع من تكلفة البرنامج بسبب صرف مكافئته للتحكيم.
٣- أن يتم التقويم عن طريق جمهور المستفيدين أو عينة منه فهو خير ما يحكم علي البرنامج بالنجاح أو الفشل لكن عيوب هذه الطريقة أنها ملكفة وتستهلك وقتا طويلا ولا تخلو من التحيز أو التخمين واللامبالاة.

الشروط الواجب توافرها في الشخص الذي يقوم بهذه العملية :

١- أن يكون ذا كفاءة علمية في الموضوع الذي يقومه أو ينفذه.
٢- معرفته التامة بقواعد التقويم وخبرته المتميزة.
٣- معرفته الشمولية بموضوع البرنامج واستيعابه له.
٤- قدرته علي النقد والتقويم المجرد.

ما يجب مراعاته عند تقويم البرامج الإذاعية:

يجب أن نسلم منذ البدء بأنه لا يوجد عمل كامل كذلك يجب أن نأخذ في اعتبارنا أن هناك الكثير من التجاوزات والتساهلات التي ترتكب أثناء إنتاج البرامج سعياً وراء تقليص أو خفض النفقات أو بسبب عدم توافر الإمكانات الفنية مما قد يؤثر علي جودة الإنتاج وما أوردنا من مبررات لا يجوز أن يستخدم لاجازة أي عمل ولكن للاستفادة منها أثناء تقويمه وعندما نقول " أي عمل " لا يجوز أن تطبق كافة المعايير علي كل عمل إذاعي إذ هناك أعمال لا يتطلب توافرها بأكملها بسبب طبيعة البرنامج.

وفيما يلي بعض المعايير التي تستخدم لتقويم البرامج الإذاعية :

١- مقدار وضوح الفكرة : هل يشتمل البرنامج علي فكرة واحدة أم علي عدد من الأفكار وهل هي واضحة أم غامضة ؟ وهلي هي منطقية أم لا؟ وهل هي مهمة أم لا ؟

٢- مقدار وضوح الأهداف : هل كانت هناك أهداف ؟ هل الأهداف مكتوبة وواضحة ؟ هل هي أهداف سلوكية أم عامة أم خاصة وما هي ؟ وهل يمكن قياسها ؟

٣- مقدار حاجة المستمع إلي البرنامج : هل الحاجة قائمة ومدروسة أم أنها مقدرة ؟ هل هي حاجة دائمة ومتكررة أم مؤقتة ؟ وهل البرنامج يلبي تلك الحاجة ؟

٤- طريقة التقديم : هل استخدم أسلوب التمثيل أو الالقاء أو الحوار ؟ وهل هناك مبرر للأسلوب المستخدم ولطريقة التقديم أم لا ؟ هل كان التقديم طويلا أم رتيباً متكلفا ؟ هل التقديم بواسطة معلق ومعلقة مناسب ولا يسبب تشويشا للمستمع ؟

٥- هل استخدمت موسيقي كفواصل وخلفيات؟ هل كانت ضرورية ؟ هل كانت مناسبة ؟ هل استخدمت بمقار الحاجة ؟

٦- مقدار التوفيق في اختيار العناصر الممثلة : هل قام كل ممثل بدوره علي الوجه الأمثل صوتا وأداء أم بدء عليه التكليف وعدم الملاء مة ؟

٧- أهمية عنصر النساء : هل هناك حاجة لوجود عنصر النساء ؟ وإذا كانت هناك حاجة فهل استخدم هذا العنصر بمقدار الحاجة ؟

٨- مقدار مرعات الفروق الفردية : هل روعي عامل الفروق الفردية للمستمعين في بناء وتقديم البرنامج ؟

٩- مقدار مراعاة العادات والتقاليد : هل روعيت العادات والتقاليد ؟ وكذلك هل روعيت القيم الزوجية والظروف الاجتماعية في البرنامج أو المادة ؟

١٠- مقدار استخدام المؤثرات السمعية: يجب أن نبحث هل استخدمت مؤثرات أم لا ؟ هل هناك حاجة لها أم لا ؟ هل أضافت قيمة للبرنامج أم لا ؟

١١- مقدار تدخل عنصر الدعاية: كثيرا ما تتدخل المواد الدعائية في صلب البرنامج وقد تكون دعاية شخصية أو تجارية وعلينا أن نبحث عن تأثير تلك الدعاية علي اتجاه المستمع.

١٢- مقدار تدخل عنصر المبالغة : يجب الابتعاد عن عنصر المبالغة في كل شيء وخاصة في البرامج السمعية وتنشأ المبالغة من الحاجة إلي إطالة وقت البرنامج فنلاحظ الإفراط في استخدام الموسيقي أو المؤثرات الأخرى أو تكرار الحوار أو الفراغات الكثيرة وقد تكون المبالغة في توظيف عنصر الإثارة بالضحك أو البكاء الخ وهي جميعها عوامل يجب الابتعاد عنها إلا بقدر الضرورة.

١٣- مقدار تدخل العوامل السياسية : فيما عدا البرامج السياسية لا يجوز اقحام السياسة في البرامج العامة لما قد يحدث ذلك من تشويش وخروج علي طبيعة الموضوع.

١٤- التكلفة العامة للبرنامج : ينظر البعض إلي تقويم البرامج علي أساس التكلفة بينما ينظر البعض الآخر علي أساس القيمة التعليمية أو الفائدة العامة التي سيحصل عليها المستمع.

١٥- وقت تقديم البرنامج : يجب دراسة الوقت الأفضل لوجود أكبر قدر ممكن من المستفيدين حول المذياع وهناك برامج تمتاز بارتباطها بوقت محدد فالبرامج التعليمية وبرامج المرأة يفضل أن تجد لها مكاناً في الفترة الصباحية وبرامج الفلاحيين يفضل أن تجد لها مكانا في الفترة الصباحية والبرامج الرياضية أو الاجتماعية والثقافية يمكن بثها في الفترة المسائية وهكذا.....

١٦- اللغة المستخدمة : هل هي الفصحى أم الدراجة أم الفصيحة ؟ هل تتلاءم وطبيعة البرنامج ؟ هل تساعد علي تحقيق اتصال أفضل هل تساعد علي زيادة حصيلة المستمع لغويا ؟ أهي عبء علي البرنامج أم تمثل مزيدا من الإثراء والفائدة ؟ أن هذه الأسئلة يجب النظر إليها عند تقويم البرنامج.

١٧- هل البرنامج مرتبط بالبيئة والتراث والشخصية الذاتية والوطنية ويعمل علي إنمائها ؟

الاعتبارات التي يجب أن يراعيها البرنامج الإذاعي :-

١- توقيت إذاعة البرنامج

من أهم الاعتبارات التي يراعيها البرنامج الإذاعي اختيار الوقت المناسب للفئة التي يخاطبها البرنامج والقناة الإذاعية المناسبة وتوقيت إذاعة البرنامج ويتطلب ذلك معرفة الجوانب التالية :

١- أي الأيام يستمع فيها المستمع الجمهور المستهدف لبرامج الراديو أكثر من غيرها.

٢- أي فترة زمنية خلال اليوم يقضيها الجمهور المستهدف في الاستماع.

٣- ما هي العوامل الموسمية التي تؤثر علي عادات ت وأنماط الاستماع فمثلا هل تزيد نسبة الاستماع في الشتاء أكثر من الصيف أيضا موسم الامتحانات بالنسبة للطلبة وموسم الحصاد بالنسبة للفلاحين.

٤- ما هي الخدمات الإذاعية المفضلة.

٥- ما هي البرامج المفضلة ومواعيد تقديمها.

فالإجابة علي هذه التساؤلات تعد أحد الصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال في الراديو وتنتج بيانات قياس المستمعين التي تجريها إذاعة الإجابة علي هذه التساؤلات.

ويجب دراسة الوقت الأفضل لوجود أكبر قدر من المستفيدين حول المذياع وهناك برامج مثلا تمتاز بارتباطها بوقت محدد فالبرامج التعليمية وبرامج المرأة يفضل أن تقدم في الفترة الصباحية أيضا برامج الفلاحين يفضل أن تكون في الفترة الصباحية.

أما بالنسبة للبرامج الرياضية أو الاجتماعية والثقافية فيمكن بثها في الفترة المسائية إلي غير ذلك فهنا يجب مراعاة أن يكون وقت البث مناسب لجمهور المستفيدين وأن يحتل البرنامج الوقت الأفضل لخدمة أكبر عدد من الجمهور.

<u>٢- زمن إذاعة البرنامج Time</u>

كل عمل إذاعي يأتي الوقت كحكم فصل يجب احترامه والتقيد به وتزداد أهمية التقيد بالوقت في اللقاءات الإذاعية خاصة إذا كانت المناقشة ومتداخلة ولها صفة المسئولية.

والبرامج التي تقدم في الإذاعة تتكون من عدد كبير من الوحدات التي تتنوع في أطوالها فمنها ما لا يزيد عن ثوان محدودة ومنه ما قد يمتد إلي ثلاث دقائق وهو ما نسمية الإعلانات ومنها ما يزيد زمنه عن ذلك ونسميه البرامج.

وغالبا ما تبدأ أطوال البرامج من خمس دقائق ومضاعفاتها وع ذلك فإن الطول الفعلي للبرنامج لابد أن يقل عن الزمن المخصص له فالبرنامج الذي يخصص له خمس عشرة دقيقة يتم تسجيله في حدود أربع عشرة دقيقة وذلك حتي يتم وضع إعلان أو أكثر بين فقرات البرنامج وكذلك تقديم الإعلانات المختصرة التي تشير إلي اسم الإذاعة وتردداتها والمدي الذي يصل إليه الإرسال وتوضع هذه الإعلانات الإرشادية في أوقات منتظمة علي خريطة البرامج وعادة ما يتم تكرارها كل ساعة أو نصف ساعة لابد للمذيع أن يحدد الوقت اللازم أو يؤقلم نفسه للوقت المحدد للبرنامج علي أساس أنه سيقرأ بصوت مرتفع وبطريقة مريحة وسرعة معقولة ويعرف كم يستغرق من الزمن في القراءة نص معين وذلك بأن يعد كلمات السطر الواحد ثم يعرضها في عدد السطور ثم يقسمها علي سرعته في وبنفس الطريقة يمكن للمذيع أن يعرف مقدما الزمن يستغرقه قراءة نص بعينه وعلي ضوء ذلك يحد وقت البرنامج أو يقوم باختصار النص أو القراءة بطريقة أسرع أو ابطأ.

ولكل برنامج إطار زمني محدد علي خريطة الإرسال من حيث مدة

الحلقة وتوقيت تقديمها (فترة ضحي – ظهيــرة – مــساء – ســهرة أو أي مسمي أخر) فإذا طال الزمن عن المسموح به فيضطر هنا لعملية المونتــاج ولكن عند الضرورة فقط مع عدم الركون إليها في كل الأحــوال لأنهــا قــد تؤدي إلي تشوية الحوار سواء من حيث الفكرة أو من حيث مستوى الجــودة الفنية.

٣- ضيوف البرنامج Interviewer

الضيف هو الشخص الذي يحاوره المذيع ليحصل منه علي المعلومات الأساسية والضرورية حول موضــوع المناقــشة لــذلك فلابــد أن يكــون متخصصا في الموضوع فقد يكون هذا الضيف خبيرا أو مسئولا تنفيذيا وقد يجمع بين أكثر من صفة.

خصائص ضيف اللقاء :

أولا الشرط الأساسي في الضيف هو الإلمام والتخــصص والمتابعــة للموضوع اللقاء كذلك لابد أن تتوافر فيه بعض الخصائص مثل : -

١- حاضر البديهة بحيث لا يقع في الزلل الإذاعي فيطلق للسان العنان.
٢- أن يحسن التقديرات والاستنتاجات وتحليل النتائج.
٣- أن يستوعب الأسئلة ويجيب عن كل سؤال بدقة ووضوح.
٤- أن يكون واثقا من نفسه مقدراً لحجمه.
٥- أن يكون سليم النطق خاليا من العيوب اللغوية.
٦- أن يكون متواضعا وقريبا من المستمع فلا يتعال في إجابته ولا يفرط في التفاؤل بمنجزاته في غير الحاجة.
٧- ألا يتعمق في تخصص في اللقاءات الإذاعية غير المتخصصة.
٨- عليه مراعاة أنه يتحدث إلي ملايين المــستمعين بكــل مــستوياتهم فيراعي البساطة في الحديث وشرح المصطلحات العلمية إذا استخدمها لأنه يتحدث إلي جمهور بعضه متعلم والبعض الآخر أمي.

هذا ويجب ألا يزيد عدد الضيوف عن ثلاثة أو أربعة وذلك حتي تتاح لهم الفرصة للتعبير عن وجهة نظرهم فــي الموضــوع وحتــي لا يرتبــك المستمع بين الآراء المتباينة التي يعرضونها.

☒ كيفية اختيار الضيوف :

البعض يفضل أن يختارهم علي أساس الخبرة بصرف النظـــر عـــن شهرتهم في الميدان العام وجاذبيتهم للجمهور فهو يريد الوصول للحقيقة فقط وحدها والبعض يفضل أن يختارهم من ذوي الشهرة والجاذبية الخاصة لدي الجمهور بصرف النظر عن مدي خبرتهم في الموضوع الذي يتحدثون فيـــه ما دام لديهم صلة ما به.

لكن الاختيار الصحيح يتوقف علي ظروف البرنامج من حيث مجـــال إذاعته ومن حيث موضوعه.

٤- موضوع الحلقة (Subject)

يشترط في موضوع الحلقة وأن يكون مرتبطا بشكل ما بالوقت الـــذي تذاع فيه وليس معني هذا بالضرورة أن يكون موضـــوع الحلقـــة مرتبطـــا بالأحداث الجارية ولكن يكفي أن يكون هذا الموضوع مثار بشكل أو بـــآخر في المجتمع وفي الصحف أو مرتبطا بأحداث مثارة ويقدر ارتباط الموضوع بأحداث الزمن الذي يذاع فيه بقدر نجاحه في جذب اهتمام أكبر عـــدد مـــن المستمعين.

وهناك شرط آخر لنجاح موضوع الحلقة وهو أن يكون متعلقا باهتمام أكبر قدر ممكن من الجمهور (المستمعين) فهنـــاك مجموعـــة كبيـــرة مـــن الموضوعات مرتبطة تماما بالوقت الذي تذاع فيه ولكنها لا تهم إلا فئة قليلة من الجمهور كذلك يشترط في موضوع الحلقة أن يتسع لوجهات نظر متعددة واحتماله المتناول من أكثر من زاوية والوصول به إلي مجموعة مختلفة من الآراء.

وعندما يتناول المذيع موضوع للمناقشة فإنه يريد بذلك كشفه للجمهور بحيث يوضح أبعاده وجوانبه وما يريد الجمهور أن يعرفه عنه ومن هنا فإن موضوع المناقشة قد يكون سياسياً أو اجتماعياً أو دينياً أو رياضياً.

الموصفات الرئيسية في موضوع الحلقة :

- ✓ التأكد من أهمية الموضوع ومدي الاهتمام به فكلما كان الموضوع مهما أو تعرض لقضية تشغل بال الناس أو تضيف إليهم جديد أو تقدم لهم شيئا

فريدا كلما ساعد ذلك علي اهتمام وجذب الجمهور للبرنامج فنجاح البرنامج يتوقف علي حسن اختيار الموضوع بحيث يكون في دائرة اهتمام المستمعين وتلبية رغباتهم وإشباع احتياجاتهم المختلفة كالحاجة للمعرفة – التثقيف – الترفيه – التوجيه وغير ذلك من أهداف يحققها البرنامج لجذب أكبر عدد ممكن من المستمعين.

✓ أن يدور موضوع الحلقة حول فكرة واحدة تكون واضحة ومنطقية حتي لا يتشتت الجمهور المستمع وعند اختيار هذه الفكرة يراعي أن تتسم بالحالية والواقعية وأن تكون مركز اهتمام أكبر عدد من الجمهور وأن يسعي موضوع البرنامج لعرض هذه الفكرة أو تلبية رغبات هذا الجمهور أو سد النقص في احتياجاته.

وعموما :

فموضوع الحلقة (المادة العلمية) تعتبر حجر الأساس في العمل الإذاعي وعليها يتم بناء البرنامج الإذاعي وقد تكون هذه المادة فقرة من كتاب أو موضوع من صحيفة أو مقتبسة من فيلم سينمائي أو رواية وهي قد تكون مؤلف من خيال المعد وتفكيره وهذه المادة في أصلها عبارة عن فكرة فلابد من مراعاة مناسبة هذه الفكرة لتقسيمها الإذاعة بمعني أن هناك أفكار يصلح تقديما للإذاعة ولا تصلح في التليفزيون كذلك يشترط في الفكرة أن تتسم بالواقعية أو الحالة وأن تكون مركز اهتمام الجمهور وأن تلبي رغباته وتشبع حاجاته سواء كانت اجتماعية أو غير ذلك وفي كثير من الأحيان يقتبس المعد الفكرة أو الموضوع من مجلة أو فيلم سينمائي فيعمل علي تحوير هذه المادة ويعمل علي إعادة بنائها لتناسب تقديمها في الإذاعة مثلاً ولكي يكون هذا التحوير ناجحاً وفعالاً لابد من مراعاة ما يلي :

١- أن يقوم بهذا العمل شخص متخصص وكفء.

٢- أن يقود هذا التحوير إلي إقامة عملية اتصال لا تقل مستوي من تلك التي صممت المادة أساساً من أجله ويتم ذلك بواسطة تهيئة النص الفني لذلك.

٥- إخراج البرنامج :

يسعي إخراج البرنامج الإذاعي بشكل عام إلي الاستخدام المثل لعناصر إنتاج الصوت فنيا للتعبير عن المضمون وإحداث التأثير المطلوب لذلك فإن من يقوم بهذه العملية عليه أن يتصف بعدة خصائص من أهمها :

١- أن يكون واسع المعرفة ومواكب للأحداث وغزير الاطلاع علـــي مـــا يجري حوله من أحداث ومتغيرات.

٢- أن يكون لديه قاعدة علمية صلبة في الإخراج، كأن يكون حاصلاً علي مؤهل جامعي أو مؤهل متخصص في الإخراج.

٣- أن يكون مرهف الحس بحيث يمتلك القدرة علـــي تخيـــل المواقـــف والأحداث بما يساعد علي تحديد بيئة التسجيل.

٤- أن يكون علي معرفة بفوائد إنتاج وإخراج البرامج الإذاعية والسمعية منم حيث العوامل النفسية للجمهور وكذلك القواعد الفنية للتعامل مـــع المعدات والأجهزة.

٥- أن يكون علي علم بخصائص وإحتياجات الجمهور ورغباته وعاداتـــه المختلفة.

ومخرج البرامج الإذاعية يختلف عن أي مخرج أخر فهو رغم وجوب تمتعه بالقدرة والحرفية في الإخراج فيمكن أن يكـــون معايـــشاً للمـــشكلات والقضايا سواء كان قضايا محلية أو عالمية كذلك أن يكون متفهما ومطلـــع عليها وأن يكون لدية قدر من الوعي والقدرة علي توصيل الفكرة للمستمعين بطريقة جيدة وشيقة بحيث يصبح البرنامج حيويا ويعمل علي كسر الملل لدي المستمعين وهنا يمكنه أن يستعين ببعض وسائل الإبراز والإيـــضاح مثـــل الإحصائيات وكذلك وضع بعض الفواصل بين فقرات البرنامج كالموسيقي أو مؤثر صوتي مثلا لجعل المستمع يحدد نشاطه مرة أخري ويستعد لمـــا هـــو قادم في البرنامج وجعله منتبها بصفة مستمرة للبرنامج.

أيضا يمكن للمخرج استخدام مادة مسجلة علي شريط مع مقدمة بسيطة يشير إليها أو إعلان إذاعي كامل وكل هذه الوسائل تكسر من ملل المستمع وتجده انتباهه.

✓ وعموما :

فالإخراج هو العملية التي يتم خلالها ترتيب الأصوات ترتيبا فنيا في نظام له معني والمخرج هو المسئول الأول عن البرنامج ويجب أن يكون لدية خبرة كافية في العمل الإذاعي وأن يتقن جميع الأعمال الفنية ويستطيع إدارة العمل داخل الاستديو أو خارجه كذلك عليه معرفته الإمكانيات الفنية المستخدمة في تقنيات الراديو ويحسن استغلالها وكلما كان مخرج البرامج الإذاعية متخصصا كلما كانت قدرته علي الإبداع كبيرة ويقصد بالتخصص ارتباطي بلون من أعمال الإخراج كأن يكون متخصص في إخراج البرامج الرياضية أو الترفيهية فنجاح أو فشل البرنامج الإذاعي كثيراً ما يلقي علي عاتق المخرج بحجة أنه أخفق في اختيار الممثلين أو في توزيع أدوارهم أو سوء استخدام المؤثرات السمعية لذلك عليه أن تتوافر فيه الشروط السابقة لكي يخرج عملا جيداً .

- ✓ كما أنه يقوم بمراقبة الوقت المخصص للبرنامج بدقة ويعمل علي عدم تجاوزه في أثناء تنفيذ البرنامج.
- ✓ أيضا فهو يراقب المؤثرات السمعية وبعض ما يلزم من تعليمات للفنيين الموجودين إلي جواره لاستخدامها علي الوجه المطلوب.
- ✓ فهو يعطي أيضا ما يلزم من تعليمات تتعلق بالمونتاج بل والإشراف المباشر سواء أثناء التسجيل أو في وقت لاحق.

لهذا فيعتبر المخرج حجر الزاوية في نجاح البرنامج الإذاعي وذلك عندما تختار العناصر البشرية المناسبة وكذلك المؤثرات المناسبة وبيئة التسجيل المناسبة.

٦- أهداف البرنامج

عند تقييم البرنامج يراعي مقدار وضوح الأهداف فهل هناك أهداف؟ هل الأهداف مكتوبة وواضحة ؟ هل هي أهداف سلوكية أم عامة ؟ هل هذه الأهداف مهمة أم لا ؟

١- فيراعي في الأهداف أن تكون واضحة تماماً وسهلة يمكن استيعابها.

٢- أن تكون مرتبطة بحاجات ورغبات الجمهور وأن تعمل علي سد النقص في احتياجاته.

٣- وأن تكون مركز اهتمام لأكبر عدد من الجمهور.
٤- أن يحقق البرنامج الأهداف العامة للإذاعة والتي سوف تكون مستمرة وهذه الأهداف تشمل الأخبار – التثقيف – الترفيه – الإعلان – التنمية – الخدمة التعليمية – الدعاية وغير ذلك من أهداف ولا يشترط في البرنامج تحقيق هذه الأهداف بجملتها ولكن يمكن تحقيق هدفين مثلاً أو أكثر علي أنه يجب أيضا الالتزام بأهداف الخطة الإعلامية العامة وعلي ذلك فيجب أن تحقق البرامج المذاعة الأهداف الآتية :-
١- التعرف علي رأي المستمعين في المشكلات الاجتماعية والتربوية الاقتصادية والسياسية باعتبار أن هذا يشكل عنصراً مهماً من العناصر التي يحتاج إليها التخطيط الدقيق لمعالجة المشكلات علي المستوي القومي.
٢- تهيئة الرأي العام وتعبئته لمواكبة خطط التنمية والعمل علي نجاحها وتنشيط المشاركة الجماهيرية في مشروعات التنمية.
٣- تغطية البرامج والأنشطة الثقافية والترفيهية والرياضية.
٤- تشجيع الجهود الفردية لإنشاء صناعات صغيرة بهف النهوض بالمجتمع سواء كان محليا أم مركزياً.
٥- طرح المشكلات القومية للمناقشة بين القيادات والجماهير محاولة إيجاد حلول لها.
٦- التركيز علي الحلول الذاتية للمشكلات التي تواجهة المجتمع بمختلف فئاته وشرائحه.

☒ وعموما :

فالأهداف تصمم وتبني لمصلحة المستفيد ولخدمة المجتمع ولقد وصف توكمان الأهداف بأنها كثيرة بحيث نسمع عن هذه الأهداف العامة والأهداف الخاصة والهداف طويلة المدي وقصيرة المدي والمؤقتة والدائمة إلي غير ذلك. وعندما تكون الإذاعة والمواد السمعية هي وسيلة الاتصال والتعلم فيحتم علينا ضرورة العناية بالأهداف وكتابتها فلا يمكن أن نعمد إلي إنتاج برنامج يفتقر إلي أهداف فيجب أن تكون الأهداف واضحة دقيقة ويمكن

قياسها ومعرفة درجة ما حققناه منها.

كذلك بالنسبة للمجتمع فنحن بحاجة أن نأخذ ه في الحسبان أثناء تصميم أهداف البرنامج ويوضع ضمن هذه الأهداف ما يتعلق بخدمة المجتمع.

أما عن كتابة أهداف البرنامج فيجب أن يكون متخصص اجتماعي أو تربوي أو نفسي وقد يقوم بهذا العم معد البرنامج ولكن يفضل أن من يـضع الأهداف يشترك معه بعض المتخصصين لضمان تناسق الأهداف وواقعيتها وإمكانية تحقيقها.

٧- موسيقي البرنامج

تعد الموسيقي أحد العناصر الأساسية في مكونات البرنامج الإذاعي ولا يخلو برنامج إذاعي من الموسيقي وتخلق الموسيقي مناخ وجو عام للبرنامج حتي إن كثيرًا من البرامج تعرف بموسـيقاها المميـزة كمـا أن اسـتخدام الموسيقي مع البرامج الإذاعية يعمل علي عدم تسرب الملل إلي المستمعين.

أغراض استخدام الموسيقي في البرامج الاذاعية :

تستخدم الموسيقي في البرامج لعدة أغراض تتمثل في :

١- كبرنامج مستقل :

وتستخدم فيه الموسيقي سواء كانت حية بمعني أن تسجل مباشـرة في الاستديو حيث يقوم بعزفها أوركسترا أو فرقة موسيقية.

أو موسيقي مسجلة بمعني أن تسجل علي شـرائط أو أسـطوانات وتـشكل الموسيقي في هذه الحالة محتوي البرنامج حيث يعتمـد البرنـامج بـصفة أساسية علي الموسيقي.

٢- كلحن مميز للبرنامج :

كل البرامج تستخدم بعض المقطوعات الموسـيقية كلحـن مميـز للبرنامج (التتر) سواء كان هذا البرنامج إخباري أو حوار أو تحقيق أو دراما أو مجلة ولكن يجب أن ينفرد كل برنامج باستخدام موسيقي تميزا عن غيره من البرنامج.

٣- كربط بين فقرات البرنامج :

وفي هذه الحالة تستخدم الموسيقي داخل البرنامج وتربط بين فقراته وتعتبر فاصل بين أجزائه ولكن هناك شروط معينه عند استخدامها كربط بين فقرات البرنامج ويجب علي كاتب النص أن يحدد ما يلي :

نوعيتها وزمنها ويفضل أن تتلائم مع محتوي البرنامج والجو النفسي للبرنامج حتي لا يشعر المستمع بانفصال بين المضمون وموسيقي الربط.

٤- إعطاء إيحاء معين :

فهي تستخدم لإعطاء إيحاء معين سواء تغيير الزمان أو المكان ويتوقف هذا الإيحاء علي طول الموسيقي ونوعيتها ويستخدم غالبا هذا الإيحاء في البرامج الإذاعية والدراما.

٥- استخدام الموسيقي كخلفية :

يمكن استخدام الموسيقي كخلفية في البرامج وفي هذه الحالة يتم مزج صوتين في البرنامج مثل الكلمة المنطوقة مع الموسيقي وذلك لإحداث جو نفسي معين داخل البرنامج فمثلا في برامج الشعر يمكن أن تكون الموسيقي خلفية لصوت المذيع مما يساعد علي تكوين جو شاعري يعيش فيه المستمع أيضا تستخدم كخلفية في الدراما الإذاعية لابراز الجو النفسي للشخصيات الدرامية.

٦- استخدام الموسيقي كمؤثر صوتي :

يتم استخدام بعض الآلات الموسيقية كمؤثر صوتي لاعطاء إيحاء معين وخاصة في الدراما الإذاعية فصوت الضرب عند وجود شجار بين شخصين يتم عن طريق آلة الطبلة وأحيانا تستخدم الموسيقي مع المؤثر الصوتي لاحداث التأثير المطلوب علي المستمع وخاصة في التمثيليات والمسلسلات الإذاعية.

٧- كموسيقي أمامية :

وتستخدم الموسيقي في هذه الحالة عندما يتطلب مضمون البرنامج العزف علي آلة موسيقية معينة فمثلا عند إجراء برنامج عن المواهب الشابة ويجيد أحد ضيوف البرنامج العزف علي آلة البيانو نوعية عند ابراز هذا

العزف للمستمع يكون عبارة عن موسيقي أمامية ويكون جزء من مـضمون البرنامج.

٨- استخدامها بدلا من المؤثرات الصوتية

حينما لا تتوافر لدي المخرج المؤثرات الصوتية التي لا يريد الاستعانة بهـا أولا تستطيع أن تؤدي الغرض الذي ينشده منها يمكن استخدام الموسيقي بدلا من المؤثرات الصوتية فيمكن استخدام الموسيقي في رسـم صـورة فنيـة للأصوات المراد تحقيقها كأصوات الرعد والأمواج وغير ذلك من الـصور التي تستطيع الموسيقي أن ترسم لها خطوطاً واضحة.

٩- استخدام الموسيقي كستار إذاعي :

مثل ما يستخدم في المسرح أي أن تكون الموسيقي وسيلة للانتقال من مادة إلي مادة أخري في البرامج وتتضمن أكثر من مادة في البـرامج التـي تتضمن أكثر من مادة.

١٠ - أن يكون هدف الموسيقي إدخال نوع من الراحة إلي نفس المستمع أي خلق فترة استراحة داخل البرنامج خصوصا إذا كانت مادة البرنامج تقتضي تركيز الانتباه أو يقدم هذا البرنامج مادة دسمة تستدعي تشغيل الذهن وهنـا يتحسن أن تكون موسيقي مرحة أو هادئة تـريح الأعـصاب بالنـسبة للمستمع.

قد تستخدم الموسيقي في تغذية الشعور الذي تيثره الكلمات أي أن تقـوم الموسيقي بالدور المساعد للكلمات في تحقيق الأهداف الدرامية فمثلاً يلجأ إليها المخرج عندما يكون النص الضعيف وحدة هو الذي يحتـاج إلـي مجموعة من العناصر المساعدة لتحقيق الهدف الذي يرمي إليه.

مصادر الموسيقى :

يمكن الحصول علي الموسيقي المطلوبة من مجموعة من المصادر أهمها :

١- أن يكلف مؤلف موسيقي يوضع الموسيقي المطلوبة بعد الاطلاع علي النص والاقتناع بتوجيهات المخرج وهذه الوسيلة تعتبـر مـن أنجـح الوسائل للحصول علي الموسيقى المناسبة لنجاح البرنامج بشرط توفر المؤلف الموسيقي الخبير بهذا الفن.٠

٢- الاستعانة في برنامج معين بالموسيقي التي كتبت لبرامج أخري مشابهة وهنا يتحتم علي المخرج أن يكون دقيقا في اختياره ليلائم جو البرنامج العام.
٣- الموسيقي المسجلة علي الأسطوانات التجارية وهي كثيرة ومتنوعة ومتعددة الألوان.
٤- مجموعات الموسيقي التأثيرية وتتضمن عدداً كبيراً من المقطوعات الموسيقية التي وضعت بمعرفة بعض المؤسسات الإذاعية أو السينمائية لتحقيق أغراض معينة فهناك موسيقي عن الحزن – الغضب – الفرح – الثورة وهي مجموعات مفيدة جدا

الموسيقي والأغاني في البرامج السمعية :

تشغيل الأغاني والموسيقي نحو ٥٠% من وقت البث الإذاعي ونلاحظ تزايد انتشار استديوهات التسجيلات السمعية كما نلاحظ تزايد عدد الأغاني الغربية والشرقية والمحلية علي حد سواء هذا إلي جانب ما نردده محليا من الأغاني والأناشيد والموسيقي المختلفة والموسيقي أو الأغاني أو الموشحات أو الأناشيد أو الأهازيج ليست علي وتيره واحدة وإن كانت تهدف جميعها إلي التأثير علي العاطفة والمشاعر وبعض الأغاني والأناشيد يمكن قبولها والاستماع إليها والمشاركة في ترديدها وهنالك أغاني لا يمكن قبولها لأسباب كثيرة مختلفة.

تنقسم الموسيقي والأغاني إلي :

١- الموسيقي العسكرية :

وندرك من اسمها أنها مخصصة لفئة من الجمهور وهم العسكريون والجنود تمتاز هذه الموسيقي بالقوة والجدية والحماس إذ تعمل علي رفع معنوية الجنود ودفعهم إلي القتال كما أن لها هدفاً آخر وهو تنظيم سيرهم لذلك نجدها تعتمد علي الطبول والآلات النحاسية والهوائية وإلي جانب الموسيقي هناك الأناشيد العسكرية وقد صممت أساسا لكي يرددها الفلاحون وعمال البناء أثناء أدائهم أعمالهم في الحقل أو في موقع البناء
وتمتاز الأناشيد العسكرية بالحماس والتذكير بالوطن والدفاع عنه لذلك يتم

ترديدها من قبل الجنود والمواطنين سواء في المناسبات الوطنية أم في حالات الحرب أو السلم.

٢- الموسيقي والأغاني الدينية :

تعرف " بالموشحات " وهي تعتمد علي الأداء الإنشادي الجماعي بقيادة رئيس الفرقة تستخدم الآلات الموسيقية في الموشحات بصورة نادرة أما كلماتها فتعتمد علي المديح وخاصة ماله علاقة بالدين الإسلامي ويغلب علي الظن أن منشأ الموشحات هو اختلاط العرب بشعوب أخري أثناء الفتوحات الإسلامية وأهمها شعوب الأندلس والشام ومصر وخاصة فترة انتشار مذهب الصوفية وتؤدي الموشحات من قبل مجموعة من الرجال في الغالب الأعم.

بعض الملحوظات علي الأغاني الدينية :

أولها أن كلمات الموشح كثيرا ما تتطرق إلي ذكر محاسن أو صفات الرسول ع ومحاسنه لا يختلف عليه اثنان إلا أنه ليس هناك سبب يدعو لآن يتم ذكر محاسنه ع بالأسلوب الغنائي أو الإنشادي كما هو حاصل سيما وأن بعض كلمات الأناشيد تتجاوز حد العقول وفي الحالات التي يتم فيها استخدام آلات موسيقية مع الموشحات فإن الأمر يزداد سوءا ويخرج بها عن دائرة المحافظة الإسلامية بل وهناك أغان وأناشيد يتعمد فيها المؤلف أو المغني بدء أو ختم الأغنية بالصلاة علي النبي ع وهذه أسوأ ما تكون عليه الحال ولا يجوز قبولها مطلقا لكنها من مخلفات عهود سابقة.

٣- الأغاني والأهازيج الوطنية

تختلط الأغاني والأهازيج بالرقصات الشعبية انطلاقا من عادات وتقاليد متوارثة فالعرضة النجدية أو المزمار أو السامري إنما هي نماذج وأناشيد وأداء لحركات تهدف في أساسها إلي الاتصال بالمشاعر الوطنية والاجتماعية يشترك في أداء هذه الأهازيج والأغاني مختلف طبقات الشعب وتجد كلماتها قبولاً عاماً إذا أنها تنحدر من مواقف قومية عاطفية أو أنها تذكر بالحرب والمبارزة.

٤- الموسيقي والأغاني العاطفية

لعل أبرز ألوان الأغاني التي نرددها في كل زمـــان ومكـــان هـــي الأغاني العاطفية والأغنية أيا كانت فهي تتألف من " كلمات " ولحن و " أداء والكلمات قد تكون قصيدة أو أبياتا أو كلمات منثورة وهناك من الكلمات مـــا يحرك المشاعر ويؤثر في المتلقي دون أيه تأثيرات سلبية ومنهـــا مـــا هـــو العكس ولما كانت الكلمات هي المدخل إلي الأغنية بكامل عناصـــرها لـــذلك يجب التأكد من سمو المعاني التي تحملها تلك الكلمات وإنها لا تخرج عـــن قواعد الأدب أو العادات والتقاليد وفي كثير من المجتمعات تخضع كلمـــات الأغاني للمراقبة الرسمية والتمحيص الدقيق للتأكد من سلامتها من الشوائب أما عنصر الألحان فهو الجانب المكمل أو المحرك لثنايا الكلمات وإذا كانـــت الكلمات تخضع للغة معينة كذلك الألحان فهي تخضع للغة معينة أيضا أما الغناء فيؤدي بواسطة شخص معين أو عدة أشخاص وقد يـــؤدي بواســـطة الرجال أو النساء أو الأطفال وبرغم أن الكلمات سابقة الإعداد فإن للمغنـــي دورا أثناء الأداء لإضافة عوامل تأثير أخري إلي هيكل الأغنيـــة ويتوقـــف حكمنا علي المؤثرات النفسية في الأغنية الصاخبة ومثلها أغاني التحـــريض أو تلك التي تتعرض لقيم روحية أو اجتماعية وقـــد تـــؤدي إلـــي الميوعـــة والخلاعة والدّعة وهي كذلك قد تؤدي إلي تهدئة الأعصاب والتأمل والتفكير وفي جميع الحالات يجب أن نتأكد من أن الموسيقي أو الأغنية تساهم في بناء السلوك السوي للإنسان يعتمد عليها كثير من البرامج الإذاعية وقد وضـــعت خصيصا لهذه الأغراض.

عموما :

الموسيقي تعتبر جزءا مهما في معظم البرامج الإذاعية فهي تلعب دورا تعبيريا بارزا لا يمكن إغفاله أو التقليل من أهميته نظرا لأنها تضفي علـــي البرنامج الكثير من ملامحه التي تكسبه تميزه وتفرده أيضا استخدامها للتعبير عن فكرة معينة أو لتحريك عملية التخيل لدي المستمع وخلق الجو المناسب الذي يهيئه لتلقي ما يعرضه عليه البرنامج.

ومن هنا يمكن تقييم البرنامج من الناحية الموســـيقية فيجـــب أن يكـــون

استخدامها بغرض معين وأن استخدامها سوف يضيف شيئا جديدا إلي النص وأن استخدامها مناسبا وضروري وتستخدم علي قدر الحاجة التي تحققها فقط فهنا علي المخرج أن يسأل نفسه ما الفائدة التي أريد تحقيقها علي وجه الدقة من وراء استخدام الموسيقي في هذا البرنامج ؟

٨- تتر البرنامج :

هو الموسيقي المميزة للبرنامج فالموسيقي تخلق جو ومناخ عام للبرنامج فكثير من البرامج تعرف بموسيقاها المميزة وهي في هذه الحالة تعد أحد العناصر الأساسية في مكونات البرنامج الإذاعي فهي تكسب البرنامج الإذاعي أشكاله المميزة عن غيره من البرامج الأخرى.

٩- اسم البرنامج :

يجب عند اختيار اسم البرنامج أن يكون له طبيعة خاصة ترتبط بطبيعة البرنامج نفسه أو بمضمون البرنامج ويراعي ألا يتشابه مع أسماء البرامج الأخري في نفس المحطة الإذاعية كما يجب أن يتميز اسم البرنامج أيضا بجذب الانتباه إليه وأن يسهل تذكرة بالنسبة للمستمع وان يكون معبرا عن محتواه ويراعى قدر الإمكان أن يكون اسما قصيرا حتي يسهل تذكره عند المستمعين.

١٠- مذيع البرنامج :

الشرط الأساسي في المذيع الذي يقدم البرنامج أو يجري اللقاء أن يكون علي دراية ومعرفة بموضوع اللقاء أيضا فهناك بعض الخصائص الأخري التي يراعي توافرها في شخصية المذيع الذي يقدم البرنامج أو يجري لقاء مع ضيف وهي :

١- أن يكون ذا ثقافة عالية ومعرفة وساعة بموضوع اللقاء.
٢- أن يسعي إلي الحصول علي أحدث المعلومات من مصادر موثوق بها قبل إجراء اللقاء أيضا لكسب احترام الضيف له.
٣- أن يكون لديه خلفية جيدة بأسلوب إجراء الحوار وتوجيه الأسئلة التي سوف نتحدث عنها بعد قليل.

٤- أن تكون لغتة العربية سليمة كما ينبغي عليه تجنب اللغة العامية
٥- أن يكون حاضر البديهة وقوي الذاكرة بحيث يستطيع تذكر واسترجاع ما ذكره الضيف خلال اللقاء وكذلك أن يمتلك حسن الاستماع والإصغاء للضيف.
٦- أن يكون واثقا من نفسه علي إلا تصل الثقة غلي درجة الغرور أو الإستخاف بالضيف ٠
٧- أن يعرف ضيفه معرفة جيدة من حيث تخصصه وأن يشعره بأهمية موضع اللقاء
٨- أن يكون لديه القدرة علي الإنصات الجيد وذلك حتي يتمكن من توجيه السؤال المناسب في الوقت المناسب.
٩- الفضول وحب الاستطلاع ويعني البحث والتدقيق في شخصية الضيف للكشف عن كل ما يهم المستمع ويستطيع بفضوله هذا أن يركز علي الجوانب الجديدة في الموضوع المطروح للنقاش.
١٠- المرونة وتعني قدرة المذيع واستعداده لإجراء كافة أنواع برامج الحوار في شتي الموضوعات مع مختلف الأشخاص وفي كافة الظروف والمناسبات والقدرة علي الانتقال من موضوع لآخر.
١١- الإصرار والمثابرة لأن العثور علي الموضوع المناسب والشخص المناسب للمحاورة سواء كانت مقابلة أو غيرها يحتاج من المذيع إلي كثير من الاجتهاد والصبر والبحث الدائب لكي يقدم موضوع مناسب وشخص مناسب للحوار.
١٢- القدرة علي ضبط الأعصاب وعدم الاستجابة للإستفزاز علي النحو الذي يميل البرنامج إلي معركة شخصية وعلي المذيع أن يعرف أن المستمع يتعاطف مع الضيف ويري فيه نفسه ومن ثم يشعر بأن أي إهانة للضيف كأنها موجهة للمستمع نفس.
١٣- إتاحة الفرصة للضيف بالتحدث في الموضوع المختار دون أن يجر بساط الحديث إليه كما ينبغي علي المذيع أن يعطي الضيف فرصة للتألق وتحقيق ذلك من خلال تعليقاته الذكية والأسئلة المناسبة في الوقت

المناسب وما لدية من خلفيات ومعلومات عن الضيف والموضوع

١٤- التقيد بوقت البرنامج فلكل مادة إذاعية وقت محدد وثابت يجب الالتزام به دون زيادة أو نقصان.

١٥- أن يكون المذيع صديق حميم لجميع المستمعين رفيقهم ويتمثل ذلك في تخيله وتصوره أنه يتحدث إلي المستمعين بالأسلوب الذي يفهمونه في الموضوع الذي يهمهم.

١٦- أن يكون محايدًا لا يثقل برأيه أثناء المناقشة

١٧- أن يكون ذكيا نشطا راغبا في المعرفة والسؤال.

وعموما

فان نجاح البرنامج يتوقف علي شخصية مقدمة فقد يؤدي بطريقة في إدارة البرنامج أو المناقشة إلي إحالتها إلي شيء ميت جامد لا حياة فيه رغم التوفيق في اختيار موضوعها واختيار الضيوف المشتركين فيها أو يؤدي إلي أن تصبح قطعة من الفوضي تتشابك فيها الأصوات وتضيع فيها معالم الموضوع وتنتهي المناقشة دون جدوي غير إضاعة وقت المستمع فالمذيع أو مقدم المناقشة يقع علي عاتقه تقديم الموضوع موضحًا أهميته وارتباطه بحياة الناس كذلك تنظيم المناقشة وقيادتها بحيث تتضح جوانب الموضوع كله وعطاء فرص متكافئة لعرض وجهات النظر المختلفة - شرح ما غمض من النقط المثارة في المناقشة لذلك فلابد لاختيار الشخص المناسب لادارة المناقشة ولا يترك اختياره لمحض الصدفة.

١١- معد البرنامج

قبل الشروع في إنتاج أو تنفيذ أي برنامج بشكل عام ينبغي أن يلزم المعدون بخطوات محدودة في عملية إنتاج هذا العمل ومنها :

١- اختيار الفكرة المناسبة الصالحة للراديو :

ومن أهم شروط اختيار الفكرة مناسبتها للوسيلة الإعلامية التي اختيرت لتنفيذها وانتاجها كذلك يشترط في الفكرة أن تتسم بالواقعية أو الحالية وأن تكون مركز اهتمام أكبر عدد من الجمهور وأن يساهم البرنامج في عرض الفكرة ويلبي رغبات الجمهور ويشبع احتياجاته.

٢- تحديد الجمهور المستهدف :

فمعرفته الجمهور وسماته وخصائصه ومشكلاته ورغباته ومدي ارتباطه بالموضوع أو القضية المثارة يؤدي أيضا إلي نجاح توصيل الرسالة الإعلامية عن طريق اختيار الفقرات والضيوف المناسبين والأكثر إقناعا.

٣- عنصر الوقت :

الوقت يمثل أهمية قصوي لدي كل من المعد ومقدم البرنامج بصفة خاصة بسبب ارتباط أغلب القضايا بموضوع الساعة وأي تأخير في تقديمها يؤدي إلي التأثير سلباً علي المستمع.

٤- الشكل أو القالب المناسب :

اختيار الشكل أو القالب المناسب للإنتاج الإذاعي لا يتم عشوائيا وإنما يرتبط بالوقت المحدد للبرنامج وبتحديد نوع الجمهور واللغة والوقت المناسب وهنا نقصد اختيار القالب المناسب الذي يناسب الموضوع أو المحتوي ومن ثم يجذب الجمهور المستهدف.

وعلي المعد أيضا أن يتفهم الفكرة وأهدافها وجمهورها وأن يزيد معلوماته عن هذه الفكرة ويقوم بدراستها بشكل أعمق ويتحقق من المعلومات عنها من المتخصصين.

عند إعداد المادة أو المحتوي يجب مراعاة :

- ✓ معرفة حجم المادة ومستواها ولمن أعدت وهل هي معدة لأغراض علمية أو ثقافة عامة أم تعليمية وهل هي نظرية أم تطبيقية ؟ لأن معرفة حجم المادة يساعد علي تحديد مقدار الاختصار أو التوسع في النص الفني ومعرفة المستوي يساعد علي تحديد مقدار الاختصار كما يساعد علي ما إذا كان النص الفني في حاجة إلي التبسبط أم لا ومعرفتنا لمن أعدت ساعد علي معرفة حاجاتهم ورغباتهم ومعرفة ما إذا كانت المادة علمية أم نظرية يساعدنا علي إعداد نص فني يتناول مزيد من وسائل الإيضاح والمعينات السمعية.

- ✓ معرفة الوقت المطلوب فوقت البث محكوم بعوامل متعددة لذلك يراعـي عامل الوقت عند كتابة النص الفني .
- ✓ معرفة المستفيدين من البرنامج وتحديدهم ومعرفة رغباتهم واحتياجاتهم
- ✓ معرفة مقدمين البرنامج.
- ✓ معرفة بيئة التسجيل.
- ✓ معرفة المؤثرات المطلوبة.

شروط معد البرنامج :

ضرورة توافر مجموعة من الشروط في الشخص الذي يقوم بإعـداد البرنامج منها :

١- أن يتمتع بخصوبة الخيال ذلك لأنه يتعامل مع وسيلة سمعية يفرض علي المعد أو كاتب النص أن يوظف قدرته علي تخيل الأحداث والمواقف لشد انتباه المستمع إلي البرنامج.

٢- أن يكون واسع الثقافة (العامة) ويتمتع بشخصية اجتماعية فالثقافة العامة تمده بروافد علمية غزيرة ومتنوعة أما شخصيته الاجتماعيـة فتجعلـه قريب من المجتمع وتطلعاته فلا يكتـب مـن فـراغ ولكـن لمجتمعـه ومستمعيه.

٣- أن يكون سريع البديهة هاديء الأعصاب وبطيء الانفعال.

٤- يراعي الفروق الفردية للمستمعين.

٥- مراعاة خصائص الوسيلة التي يكتب لها.

٦- استخدام اللغة الفصحي كل ما أمكن وذلـك لرفـع المـستوي الفكـري والتعليمي للمستمع.

٧- أن يعمد إلي التسلسل والتناسق في كتابته.

٨- أن يبرز الكاتب أو المعد شخصيته العلمية وخبرته العلميـة وتجاربـه الذاتية وثقافته الخاصة في هيكل النص الذي يكتبه.

٩- أن يكون متخصصاً في الموضوع الذي يتولي كتابة نصه الفني والقاعدة " أن يكون علي قدر من المعرفة العلمية وكذلك يتمتع بالخبرة فهي تتيح له سهولة التعامل مع المادة عند إعداد نص لها ".

وعموما :

فيمتاز المعد بأنه شخص متخصص في مجال عمله ولا يكتفي بأن يكون متخصصا فقط بل يجب أن يتعرف علي جمهور المستمعين ويعرف خصائصهم العامة كذلك يجب مراعاة أن الوسيلة التي يكتب لها سمعية تفتقر إلي أهم المثيرات للانتباه كحاسة البصر أيضا عليه تحري عامل الوقت.

الدورة الإذاعية

نتبع محطات الإذاعة في تخطيطها البرامجي تقسيم السنة إلي دورات برامجية إذاعية مدة كل دورة فترة زمنية محددة ويمكن للدورة أن تغطي فترة تتراوح بين ثلاثة أو أربعة أو ستة شهور وقد تكون هذه الدورات خاصة تشغل فترات زمنية محددة منها ما يصل إلي اسبوع أو شهر أو حتي أربعين يوما ومنها فترات الحداد علي الرؤساء أو الملوك أو المناسبات الهامة في حياة الدولة أو الشعوب كموسم الحج وشهر رمضان أو الأحداث الطارئة أو الأعياد.

ما يجب مراعاته في الدورة الاذاعية :

١- يراعي في كل دورة إذاعية ضرورة تنويع البرامج وتوزيعها والتناسق والتكامل فيما بينها لتحقيق الأهداف الموضوعة وجذب انتباه المستمعين والمشاهدين وإثارة اهتمامهم وتوقيتات التقديم الملائمة لهم.

هذا ويتولي تقديم كل دورة لجنة البرامج وتشمل الدورة علي خطة المحطة الإذاعية في تقديم البرامج المختلفة وتعني الخطة بكل تفاصيل البرامج من حيث مواعيد إذاعتها ومدتها وعناوينها ثم يلحق التنسيق والتنفيذ بها بيانا يوميا بكافة التفصيلات اللازمة لبثها من حيث الإعداد والتنفيذ ونوعية المادة المسجلة أو المذاعة وطريقة بثها.

٢- كذلك ضرورة التعرف علي آراء واهتمامات ورغبات وميول جماهير المستمعين فقبل إعداد الدورة الإذاعية يجب أن يسبقها دراسة مفصلة للجمهور المستهدف لمعرفة اهتماماتهم ورغباتهم والمشكلات التي

يعانون منها حتي ينجح البرنامج في جذب انتباههم واقنـــاعهم بـــرأي أو بسلوك معين.

٣- كما تستفيد المحطة الإذاعية من خصائص المستمعين فـــي جدولـــة برامجها وإذاعتها أو عرضها في الفترات والأوقات التي تناسب عـــادات الجمهور المستهدف بحيث تبث برامجها في أيام معينـــة وأوقـــات معينـــة وبذاك علي ضوء هذه الدراسة للجمهور المستهدف يمكن تحديد الساعات المناسبة وتوجيه البرامج التي تحقق الأهداف المطلوبة.

٤- أيضا يجب الاستفادة من الملاحظات الواردة في تقـــارير المتـــابعين والمراقبين لبرامج الإذاعة عند وضـــع الاقتراحـــات البرامجيـــة للـــدورة الإذاعية كما يجب الاستفادة من توصيات وقرارات اللجان الفنية المنبثقـــة عن المحطة ومنها لجان البرامج المختلفة والتي تختص بالعمل في الراديو.

مراحل إعداد الدورات الإذاعية :

من المفترض أن تسير عملية إعـــداد الـــدورات الإذاعيـــة بطريقـــة ديمقراطية من أسفل إلي أعلي بمعني أن يشارك فيها جميع العـــاملين بقـــسم البرامج بحيث يتم بلورة الخطة البرامجية ووضعها خلال جـــداول دوريـــة وبطريقة مستمرة وتقوم كل الأقسام الإذاعية بإعداد ما يخصها مـــن بـــرامج الدورة باتباع المراحل التالية : -

١- يقدم كل إذاعي أو مسئول عن برامج معينة اقتراحاته البرامجيـــة إلـــي رئيس القسم أو الإدارة التابع لها في شكل مجموعة من الحلقات لا تقـــل عن خمسة نماذج من البرامج التي يرغب في إنتاجها.

٢- يتولي رئيس القسم دراسة المقترحات المقدمة للتنسيق فيمـــا بينهـــا ثـــم برفعها إلي اللجنة العليا للبرامج داخل المحطة.

٣- تعرض المقترحات علي اللجنة العليا للبرامج للنظر فيها ومناقشاتها علي ضوء سياسة المحطة وتقرأ وتعتمد البرامج التي توافق عليهـــا وتجـــسد سياسة المحطة وأهدافها.

٤- يبدأ كل قسم أو إدارة اتخاذ الإجراءات الخاصة بإنتاج البرامج الخاصـــة بها وتعد جدولاً أسبوعيا يوضح كل التفاصيل للبرامج.

٥- تتولي إدارة التنسيق بالمحطة إصدار جدول الأعداد وتوزيعه علي كافة الأقسام أو إدارات المحطة ليتم انتاج البرامج قبل مواعيد إذاعتها وتقديمها لادارة التنفيذ بفترة كافية.

تصنيف البرامج الإذاعية

يمكن تصنيف البرامج وفقا لعدة أبعاد :

١- يمكن تصنيف البرنامج الإذاعي وفقا لدوريته ومواعيد إذاعته والوقت الذي يستغرقه فهناك البرامج اليومية الصباحية أو المسائية والبرامج الشهرية أو حتي السنوية كذلك يمكن تصنيف البرنامج حسب الوقت الذي يذاع فيه فهناك برامج الصباح وبرامج المساء كذلك حسب الوقت الذي يستغرقه فهناك برامج قصيرة ومتوسطة وطويلة والتي تشغل ساعات متصلة مثل برنامج صباح الخير يامصر.

٢- كذلك يمكن تصنيف البرامج وفقا لجمهورها المستهدفين فمنها ما يخاطب عامة المجتمع ومنها ما يخاطب فئة معينة أو قطاع معين مثل الأطفال – الشباب – المرأة – العمال إلي غير ذلك.

٣- كذلك يمكن تصنيف البرامج وفقا للقالب الفني لها فهناك البرامج الاخبارية وبرامج المناقشات واللقاءات والبرامج الدرامية وغير ذلك

٤- كذلك يمكن تصنيف البرامج حسب اللغة المستخدمة فهناك برامج تستخدم اللغة العربية الفصحي الملتزمة بقواعهد اللغة وأصولها وتعرف بفصحي التراث وهناك برامج تستخدم اللغة العربية المبسطة لغة الإعلام وفهناك برامج تستخدم لهجات مختلفة.

٥- أيضا يمكن تصنيف البرامج وفقا لأهدافها فهناك الهدف من البرنامج الذي يتراوح بين الإعلام – الترقية – التعليم – التسويق وغير ذلك.

٦- كذلك يتم تصنيف البرامج وفقا لموضوعها أو محتواها فهناك برامج ثقافية – رياضية – دينية – برامج فنية – اقتصادية. إلي غير ذلك.

البرنامج اليومي الإذاعي :

تعريفه :

يقصد بالبرنامج اليومي الإذاعي هو كل ما تقدمه المحطة من برامج حيه أو مسجلة طيلة يوم كامل منذ الافتتاح وبدء الإرسال حتي نهاية الإرسال في ساعة محدودة يوميا لذلك فنجد أن هذا البرنامج يشتمل علي العديد من المواد الإذاعية في أشكالها وألوانها المختلفة فهناك مثلا الموسيقي والغناء – المقابلات – المسلسلات – الأحاديث وغير ذلك ويتم اختيار هذه المواد علي ضوء تخطيط معين مسبق تضعه المحطة وفقا لسياساتها وأهدافها وطبية الجمهور الذي توجه إليه وسواء كان التخطيط يتم سنويا أو خلال دورة إذاعية مدتها ثلاثة شهور أو كل شهر فإن هذه الخطة يتم ترجمتها إلي مواد تنفيذية أي إلي أشرطة مسجلة ونصوص تقرأ حية علي الهواء يوميا مع هذه الأشرطة.

وفي كل محطة يوجد استديو خاص بتنفيذ البرنامج اليومي يطلق عليه استديو التنفيذ أو الهواء باعتبار أن المواد المذاعة تخرج علي الهواء من هذا الاستديو سواء كانت مسجلة أو علي أشرطة أو تبث مباشرة علي الهواء في نفس اللحظة من أمام الميكرفون.

البرنامج الشهري الإذاعي

يقصد به كل ما تقدمه المحطة أيضا من برامج حية أو مسجلة طيلة شهر كامل ويشمل أيضا علي العديد من المواد الإذاعية المختلفة الألوان فهناك الموسيقي – الأحاديث – المقابلات – التمثيليات وغير ذلك ويتم اختيار هذه المواد وفقا لتخطيط مسبق تضعه المحطة وفقا لسياستها وأهداافها وطبيعة الجمهور المستهدف وسواء كان هذا التخطيط يتم سنويا أو كل ثلاثة شهور أو كل شهر فإن الخطة يتم ترجمتها إلي مواد تنفيذية أي إلي أشرطة ونصوص حية تبث علي الهواء مباشرة.

الفصل السادس

التخطيط الإذاعي

- **مقدمة**
- **أهمية التخطيط**
- **تعريف التخطيط الإذاعي**
- **خصائص التخطيط الإذاعي**
- **مراحل التخطيط الإذاعي**
- **المرحلة التمهيدية**
- **تحديد سياسات الخطة الإذاعية**
- **تحديد أهداف الخطة الإعلامية**
- **وضع خطة البرامج الإذاعية وتنفيذها ومتابعتها**
- **الاعتبارات الهامة لنجاح التخطيط الإذاعي**
- **تمويل التخطيط الإذاعي**

التخطيط الإذاعي

مقدمة :

أصبح التخطيط الإعلامي مطلبا حتميا يؤدي دوره الإيجابي والفعال داخليا وخارجيا فالتخطيط يرتبط ارتباطاً وثيقا بالأهداف السياسية التي تسعي الدولة لتحقيقها في المجالات المختلفة ويقدم علي أساس استغلال كافة الإمكانات الإعلامية والثقافية ومواكبة السياسة القومية.

والتخطيط الإعلامي عبارة عن عملية إدارية مقصودة يتم بموجبها فحص وتشخيص المجتمع المستهدف من جوانبه المختلفة بهدف إحداث تغيير في هذا المجتمع من خلال تحديد الأهداف والاستغلال الأمثل لكل الموارد والطاقات الإعلامية وتعبئتها والتنسيق بينها علي أن تتضمن هذه العملية تطوير وتنمية إمكانيات الإعلام ذاته باعتباره قطاعاً هاماً من القطاعات الرئيسية في المجتمع.

أهمية التخطيط :

تبرز أهمية التخطيط في عاملين هما :

١- شموله لجميع فئات الأمة عن طريق أجهزة إعلامية.

٢- سرعة نتائجه فتتضاعف أهميته بالنسبة للتنظيم السياسي كوسيلة من وسائل تحقيق التحول الفكري والاجتماعي المنشور.

التخطيط للإذاعة السمعية

تعريف التخطيط الإذاعي :

يمكن تعريف التخطيط الإذاعي " بأنه عملية مستمرة لا تتوقف عند موضوع معين أو وحدة محددة وإنما هي مستجدة وفق مستجدات الأحداث والاهتمام برأي الجمهور ".

كما يمكن تعريفه بأنه " التوظيف الأمثل للإمكانيات البشرية والمادية الموجودة أو التي يمكن وجودها بالإذاعة أثناء الفترة الزمنية للخطة الإذاعية من أجل تحقيق أهداف محددة سبق الاتفاق عليها بعد مناقشتها ".

ينبع التخطيط الإذاعي، مسموعاً ومرئيا مــن اســتراتيجية الإعــلام المصري، التي ترتبط بدورها بالاستراتيجية العامة للدولة.

ولعله من المفيد هنا إلقاء الضوء علي بعــض الخطــوط العريــضة للاستراتيجية الإعلامية وفلسفتها كتمهيد ضروري لموضوعنا عن التخطيط البرامجي الإذاعي :

١- الإعلام حق لكل مواطن يصل إليه حيثما كان ويقدم له الزاد الإعلامي الذي يحتاج إليه ويحقق حقه في الإعلام والثقافة والترويح.

٢- هذا الزاد الإعلامي يجب أن يسهم إسهاماً أساسيا في بناء شخــصية الإنسان بحيث يكون منطلقاً من تاريخه وتراثه وقيمه وعاداته وتقاليده بإعتبارها جذوره الأصيلة ومنفتحاً في نفس الوقت علي العالم المحيط به. (حتي نحصن المواطن ضد التأثيرات الإعلامية الوافدة السلبية)

٣- مواكبة الممارسة الديمقراطية والتعبير عنها وإتاحة الفرصة للتفاعــل الخلاق بين الرأي والرأي الأخر في إطار المصلحة العليــا للــوطن، والتوسع في التحرك بالميكرفون والكاميرا في حوار دائم مع الجماهير.

٤- الاهتمام بالطفولة والشباب والأسرة كقطاعات هامة في المجتمع

٥- تبني القضايا الهامة للوطن والقضايا والمشكلات التي تهم الجمــاهير مثل :

- التنمية وزيادة الإنتاج ومواكبة كل جهــود الإصــلاح الاقتــصادي والتأكيد علي حشد كل الجهود عامة وخاصة ومبادرات ذاتية لتحقيق ذلك.
- المشكلة السكانية بأبعادها المختلفة.
- المخدرات.
- الإرهاب والتطرف وأية سلبيات أخري تهدد المجتمــع وتــصحيح السلوكيات بوجه عام.
- المحافظة علي البيئة.

وسائل تحقيق الاستراتيجية الإعلامية

١- مواكبة التقدم المذهل في وسائل الاتصال :

بتحديث الوسائل كمحطات الإرسال والاستديوهات والأجهزة والمعدات والتدريب المستمر للكوادر حتي في مستوي عصرها ومستوي القيام بمسئولياته.

٢- متابعة التطور المتلاحق في عصر الأقمار الصناعية :

تدعيم رسالة الإعلام الوطني والارتقاء بالمضمون والشكل لكي يظل الإعلام الوطني محتفظا بجمهوره وقادر علي التأثير فيه في مواجهة قنوات البث المباشر الوافد من الخارج.

٣- تعدد وتنوع الخدمات الإذاعية والتلفزيونية لإتاحة أكبر فرصة من الاختيار أمام المستمعين والمشاهدين.

٤- التوسع في الإعلام الإقليمي باعتباره خادما للبيئة والتنمية وباعتباره رابطا جديداً للمواطن المصري بالإعلام الوطن من ناحية أخري وباعتباره مصدراً لزاد إعلامي لا يمكن أن يجده في القنوات الدولية الوافدة.

٥- الانفتاح علي العالم واطلاق قنوات فضائية وطنية لربط المصريين والعرب في الخارج بوطنهم وتوفير بديل عربي لهم في عصر الفضاء إلي جانب القنوات الدولية (كلما زادت العالمية كلما زاد الاهتمام بالوطنية والإقليمية).

٦- الاهتمام برجع الصدي من خلال وسائل عديدة في مقدمتها بحوث المستمعين والمشاهدين ورسائلهم والتحرك النشط بالميكروفون والكاميرا بين الجماهير والاستفادة بذلك كله في التخطيط للدورات الإذاعية والتليفزيونية.

الخطط البرامجية :

انطلاقاً من هذه الاستراتيجية والفلسفة التي تقوم عليها يتم وضع

الخطط الثانوية للاعلام المصري المسموع والمرئي في ضوء هذه الخطط الثانوية يتم وضع الخطط ربع الثانوية للاذعات والقنوات وهو ما نطلق عليه خريطة البرامج وفقا لأهداف كل إذاعة وكل قناة تطبيقاً لفلسفة التنوع والتخصص التي سبقا أن أشرنا إليها في بداية حديثنا وكلما كانت الأهداف العامة للإعلام المصري واضحة ومحددة وكذلك الأهداف الخاصة لكل إذاعة وقناة كلما جاءت خطة البرامج أو خريطة البرامج ربع الثانوية أكثر دقة ونجاحاً وتمييزاً.

وإذا كانت خريطة البرامج تركز علي الثوابت الواردة في استراتيجية الإعلام المصرية وتلك التي ترد في الخطط الإعلامية الثانوية فإنها يجب أيضا أن تراعي قدرا من المرونة يجعلها مرتبطة باستمرار بالمتغيرات التي تصاحب كل دورة إذاعية أو تليفزيونية وما تطرحه من قضايا وتحديدات وموضوعات جديدة.

ولابد من التنويه هنا إلي أن الفوارق في أهداف كل خدمة إذاعية أو قناة تلفزيونية هي التي تحدد نسب البرامج المختلفة في الخريطة البرامجية التي تزيد أو تنقص حسب ظروف كل مرحلة تعليمية وحسب طبيعة ورسالة كل شبكة إذاعية أو قناة تلفزيونية.

لابد في التخطيط أيضا للخريطة الإذاعية أو التلفزيونية ربع الثانوية من تحديد شباب هذه الخريطة بالأفكار والمقترحات الجديدة وإلا إنهارت فلسفة الدورات المتعاقبة حيث أن جوهر التخطيط الإذاعي المسموع والمرئي علي السواء يقوم علي الابتكار والبحث الدائم والدؤب عن الجديد.

<u>علي المخططين لأي دورة إذاعية أو تليفزيونية عن إجابة دقيقة عن الأسئلة التالية :</u>

١- ما هي أفكار البرامج الجديدة التي تضاف وما هي الأشكال الملائمة لهذه الأفكار ؟

٢- ما هي البرامج التي تستحق الحذف لأنها استنفدت وأصبحت قديمة حتي وان كانت الحاجة إليها مستمرة ؟

وفي هذه الحالة الأخيرة يحتاج الأمر إلي البحث عن البديل الذي يحقق

الأهداف لأن المستمع أو المشاهد في هذا العصر أصبح ملولا وينشد التغيــر دائما.

٣- ما هي البرامج التي يجب أن تبقي علي الخريطة ولكنها تحتاج إلـــي تطوير ؟

٤- ما هي البرامج التي تستمر كما هي بشكلها ومضونها ؟

علي المخططين أيضا مراعاة النقاط التالية :

أ- الموضوعات والقضايا الجديدة في كل مرحلة.

ب- المناطق الجغرافية المستهدفة.

ت- طبيعة الجمهور المستهدف واحتياجاته وعاداتــه فـــي الاســتماع أو المشاهدة.

وغني عن البيان أن ذلك يحتاج إلي توفير قاعدة من المعلومات تكون متاحة أمام المخططين ويدخل في ذلك نتائج بحوث المستمعين والمشاهدين.

خصائص التخطيط الإذاعي :

أولا : بالنسبة لموقع التخطيط الإذاعي القومي الشامل علي مستوي الدولـــة فإن هذا التخطيط الإذاعي عبارة عن تخطيط داخل تخطــيط القطـــاع والمقصود بتخطيط القطاعى تحقيق أهداف قطاع معين من قطاعـــات الإنتاج أو الخدمات.

والقطاع الذي يتم فيه التخطيط الإذاعي هو القطاع الإعلامـــي الكبير بما يشمله من صحافة وإذاعة مرئية ومسموعة وسينما ومسرح وكتاب............الخ

والقطاع الإعلامي هو أحد القطاعات الرئيسة في الدولة مثل القطـــاع الزراعي والتجاري وغير ذلك من القطاعات ونظرا لمنطق التكامـــل والتنسيق الذي يقتضيه التخطيط (فإن التخطيط الإذاعي يقتضي التكامل والتنسيق بين الخدمات الإذاعية المختلفة في الدولة وبين كل مكونـــات القطاع الإعلامي) وبين سائر القطاعات في المجتمع

ثانيا: إن التخطيط الإذاعي كما يتضح من التعريف يسير وفق أسلوب علمي

مقصود فهو من جهة يتسم بأنه علمي والتخطـيط بطبيعتـه لا يـتم عشوائيا وإنما وفق أسلوب علمي محدد ومدروس وهو من جهة ثانية مقصود لأنه يتضمن توجيه الإمكانيات في اتجاه معـين هـو اتجـاه الأهداف التي ارتسمها لنفسه

ثالثا : إن التخطيط الإذاعي يتم في إطار زمني معين ولابد من تحديد الإطار الزمني للخطة وفقا للظروف ونوعية الأهداف المطلوب تحقيقها ذلـك أن تحديد ما يجب تنفيذه من برامج وفقا للأهداف يجب أن يـصاحبه أيضا تحديد موعد بداية التنفيذ والانتهاء منه فليس من شـك فـي أن التخطيط الإذاعي يجب أن يقوم علي وضع جدول زمني يوضح بداية ونهاية الخطة الإذاعية لتبدء خطة جديدة علي أن يكون هناك تقـسيم مرحلي أخر علي مستوي زمني اقـل كالـشهر والأسـبوع واليـوم وبموجب هذا الجدول الزمني يكون سير العمل علي أن يكون هنـاك تزاوج بين التقسيم المرحلي للأهداف والتقسيم المرحلي الزمني.

رابعا : والاجتماعي والثقافي لمجتمع البث وهكذا يتضح أن التخطيط الإذاعي لا يتم بمعزل عن الواقع الذي يعيشه الجمهور المستهدف بـل انـه يتفاعل مع هذا الواقع ينبع منه ويعمل علي تطويره ويفيده التخطيط الإذاعي طالما انه يتضمن تحديد الإمكانيات المتاحة فهذا يعني أنـه يتعامل مع الواقع القائم وليس بمعزل عنه علـي اعتبـار أن هـذه الإمكانات موجودة في الواقع ويتم علي أساسها التخطيط الإذاعي كما أن الأهداف نفسها تهدف بشكل أو بآخر إلي التأثير في الواقع القائم.

خامسا : طالما أن التخطيط الإذاعي والمقصود هنا التخطيط العلمي لا يـتم في فراغ أو بمعزل عن الواقع الاقتصادي والاجتمـاعي والثقـافي والسياسي القائم والذي يعشيه الجمهور المستهدف فـان التخطـيط الإذاعي يتسم بالواقعية والواقعية في التخطـيط الإذاعـي تتـضمن مجموعة من الجوانب منها الواقعية في تحديد وتقـدير الإمكانـات المتاحة بحيث يتم ذلك بشكل واقعي صحيح وكذلك الواقعية في تحديد أهداف التخطيط بحث تكون ممكنة التحقيق وكذلك الواقعية في تحديد

وسائل واستراتيجيات الوصول إلي الأهداف بحيث تكون قابلة لتطبيق (applicable).

سادسا : إن التخطيط الإذاعي عملية ديناميكية مستمرة ذلك انه طالما أن هذا التخطيط يتفاعل مع الواقع المعاش ونابع منه فإن الطبيعة المتغيرة للمجتمع ومكوناته والتطورات المستمرة التي تطرأ علي الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتكنولوجية تجعل التخطيط بطبيعته عملية متحركة ومستمرة أن التخطيط الإذاعي لا ينتهي عند وضع الخطة الإذاعية وليس هو مجرد خطة واحدة بل لابد من التخطيط وإعادة التخطيط وتتابع الخطط الإذاعية إلي ما لا نهاية في إطار التخطيط الطويل المدي ومقتضياته بحيث يكون هناك تجاوب بين التخطيط الإذاعي المرن وبين الواقع الاجتماعي والاقتصادي والثقافي الديناميكي المتغير.

سابعا : إن التخطيط الإذاعي وإن كان يتم في واقع حاضر وقائم فهو يتسم بالنظرة المستقبلية ويتضح ذلك في العديد من الجوانب منها أن التخطيط الإذاعي في تحديده الأهداف التي يتعين تحقيقها إنما يأمل تحقيق هذه الأهداف في تاريخ قادم بمعني أن التخطيط الإذاعي يعمل في الحاضر علي أمل أن تقوم الإذاعة في حدود دورها في تشكيل المستقبل future بحيث يكون أفضل من الحاضرة وبالصورة التي يوافق تطلعات الجمهور المستهدف.

وتتأكد النظرة المستقبلية للتخطيط الإذاعي أيضا حيث أنه في تحديده للإمكانيات الموجودة فهو لم يقتصر علي الموجودة في الحاضر فقط وإنما تعدي ذلك إلي التقدير العلمي للإمكانيات التي يمكن أن تتاح مستقبلا كي يتم استثمارها أيضا في تحقيق الأهداف..

ومن جهة أخري تتأكد النظرة المستقبلية للتخطيط الإذاعي في أنه يستلزم تحليل توقعات المستقبل والتخطيط لها لتحاشي وقوع اضطرابات في الخطة فأخذ احتمالات المستقبل في الحسبان أكثر سلامة في انتظار وقوع الحدث ثم أخذ القرار بشأنه مما يؤدي إلي

الاضطرابات والارتباكات في الخطة ولذلك لابـد أن يكـون مـن المخططين من يختص بأحداث اليوم وتوقعات الغد والأسـبوع وأن يأخذ علي عاتقه مسئولية النظرة الطويلة إلا مد ليقوم بعمل تنبـؤات دقيقة لما سيكون عليه مستقبل المحطة الإذاعية.

ثامنا : إن التخطيط الإذاعي طالما أنه يتم في واقع ديناميكي متغيـر فإنـه يجب أن يتسم بالمرونة كي يكون هناك تجاوب يبنيه وبين هذا الواقع فالمرونة من أهم سمات التخطيط.

تاسعا : إن التخطيط الإذاعي نظرا لأنه يتضمن تحديـد الأهـداف وتقـدير الإمكانيات تحديد سبل استراتيجيات الوصول إلي تلك الأهداف فإنه يستلزم فريق عمل من المتخصصين في النواحي المختلفة للمجتمـع ذلك أن الخدمة الإذاعية إنما تقوم بخدمة المجتمع المتعددة علـي أن يكون هناك تفاعل مستمر بين التخطيط والتنفيذ والمتابعة وليس هناك طريقة مثالية معينة لاختيار فريق التخطيط وليس هناك عدد مثالي يجب أن يتكون منه هذا الفريق وتلعب المـوارد المتاحـة وحجـم المشكلة دورا كبيرا في التأثير علي الدور الذي يقوم به المخططون.

وإذا كان الأمر هكذا من حيث العدد فإن فريـق التخطـيط يجـب أن يتضمن عديدا من التخصصات أهمها متخصصون في الجانب الفنـي البرامجي متخصصون في النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافيـة وسائر النواحي التي تساهم الخدمة الإذاعية في نشاطها.

عاشرا: أن التخطيط الإذاعي طالما انه يتضمن تحديدا للأهداف التي تـؤثر في الواقع القائم ويتضمن تحديـدا للإمكانيـات المتاحـة وتقـدير الإمكانيات التي ستتاح فإنه لابد أن يعتمد علي البيانات والمعلومات العميقة عن الوسط الاجتماعي والاقتصادي والثقافي القـائم والـذي تعمل فيه الإذاعة حتي يمكن :

١- تحديد الأهداف بشكل علمي وسليم بحيث تعمل في اتجاه تغير الواقـع إلي الأفضل.

٢- التقدير السليم للإمكانيات المتاحة والتـي سـتتاح وبـدون المعلومـات

والبيانات لا يمكن للتخطيط الإذاعي أن يقوم وهذه مشكلة عامة تواجه التخطيط في الدول النامية.

الحادي عشر : إن التخطيط الإذاعي كما هو واضح من تعريفة أن يتضمن التوظيف الأمثل للإمكانيات كما انه يهدف إلي الحصول علي أعلي كفاءة ممكنة من هذه الإمكانيات ولكي يصل المخطط الإذاعي إلي الطريق الأمثل لاستغلال ما هو متاح من إمكانيات فإنه يتعين عليه أن ينفق بعض من الوقت والجهد والنفقات وكذلك لكي يتوصل هذا المخطط الإذاعي إلي التحديد السليم للأهداف التي ستحققها الخطة الإذاعية فإن عليه كذلك أن ينفق الوقت والمال كل ذلك في سبيل تحديد الهدف أو مجموعة الأهداف وتحديد أفضل السبل للوصول إليها حتي يكون التركيز في هذا الاتجاه مباشرًا دون إضاعة الوقت والجهود والنفقات في اتجاهات غير مضمونة غير محددة يكون " هنري ألبرس " أن التخطيط العلمي يزيد التكاليف الإدارية ولكنه يقلل من تكاليف الأعمال ويكون الناتج النهائي علي مستوي عالي من الكفاءة الاقتصادية بمعني تحقيق أفضل عائد بأقل نفقة ممكنة وهذا بالطبع ما يهدف إليه التخطيط الإذاعي والذي يتلخص في الوصول إلي أعلي كفاءة ممكنة للحصول إلي أعلي عائد من الاستثمارات الإذاعية أثناء وبعد تنفيذ الخدمات الإذاعية من إخبارية وتثقيفية وترفيهية وإعلانية يحتاجها الجمهور أو يرغب فيها.

مراحل التخطيط الإذاعي :

أولا : المرحلة التمهيدية :

وهي المرحلة التي تسبق وضع الخطة الإذاعية وهي عبارة عن مسح شامل للوضع القائم في المجتمع الذي ستتوجه إليه الخطة بكل ما فيه من أبعاد ويؤكد " آلان هانكوك Han Hancock أن المسح الشامل للأوضاع القائمة الذي يبدأ به التخطيط لا يقوم علي أساس ارتجالي لأنه يهدف إلي الإجابة علي مجموعة أساسية من التساؤلات تتعلق بالجوانب المختلفة

للمجتمع وهي التركيب الاجتمـاعي Socisl Structure والتعليـم والوسـيلة والعوامل التكنولوجية والاستخدام والتقييم والبحوث ثم لتمويل.

وتعتبر خطوة جمع المعلومات وتحليلها المدخل العلمي في التخطـيط الإعلامي حيث لا يقتصر برنامج هـذا التخطـيط علـي مجـرد انـسياب المعلومات من المرسل إلي المستقبل...وإنما يعتمد علي تخطيط هذا الانسياب في جميع مراحله وفي كل مرحلة لابد من الاستناد علي الحقائق والمعلومات السليمة إذ أن البرامج الإعلامية الناجحة لا تبني علي الحـدس والتخمـين وإنما علي الحقائق والمعلومات المؤكدة.

☒ وتمر المرحلة التمهيدية في التخطيط الإذاعي بالخطوات الآتية :

أولا: مسح شامل للبيئة الإعلامية القائمة في المجتمع الذي سـتتوجه إليـه الخطة الإذاعية مثل الإذاعة والتليفزيون والصحف والسينما والمسرح ودور النشر، قصور الثقافة ومراكز الإعـلام..................إلـخ وتقييم أساليب الممارسة الإعلامية لهذه الأجهزة والمـستوي الفنـي والتكنولوجي لها.

ثانيا : حصر وتقييم البنية الأساسية للاتصال في المجتمع الذي ستتوجه إليه الخطط الإذاعية :

- المرافق والمعدات وتسهيلات الإنتاج والتوزيـع مـثلا التليفزيـون، ومحطات الإرسال الإذاعي والاستديوهات والمعامل وبنوك المعلومات وأجهزة الاستقبال الفيديو كاسيت، الأسـطوانات وأجهـزة التـسجيل البريد، الكهرباء، المواصلات.
- القائمون بالاتصال والترتيبات التي سيتم اتخاذها لتدريبهم هل معاهـد مؤسسات التدريب القائمة وهيئة التدريس بها تستطيع أن تتولي الجانب النظري للتدريب العملي ؟ وفي حالة الاستعانة بالخبرات الأجنبية : هل هناك أعضاء محليون يقومون بتبسيط مـا يقولـه هـؤلاء الخبـراء المتدربين ؟ هل هناك المعاهد والخدمات والقوي البشرية المدربة التي يمكنها الوفاء بمتطلبات البحوث والتقييم ؟ وما هي مـصادر التمويـل المتاحة ؟

ثالثا : تحديد وتحليل نوعية العلاقة بين المؤسسات الاتصالية وغيرها من المؤسسات الموجودة في المجتمع، وما يرتبط بها من أنشطة وقطاعات مع إلقاء نظرة نقدية تقويمية لما تقوم بها وسائل الاتصال القائمة لدفع عجلة التنمية في مجالات محددة مثل محو الأمية والتعليم والصحة والصناعة والزراعة والمواطنة، وتحديد ما يمكن أن يقوم به الاتصال بدرجة أفضل في مجال التنمية إذا ما أتيحت الإمكانات.

رابعا : حصر وتحديد القيود التي تحدد من دور وكفاءة الاتصال في المجتمع الذي ستتوجه إليه الخطة مثل القيود السياسية والأيدلوجية وقائمة المسموحات والمحذورات سياسيا وقانونيا وأخلاقيا واجتماعيا، وكذلك المشكلات الإدارية وظروف العمل. وكذلك الوضع الاقتصادي السائد، عوائق الاستقبال الإذاعي، قبول المجتمع للمستوي التكنولوجي للوسيلة.................إلخ

خامسا : دراسة الجمهور من النواحي الديموجرافية والسيكولوجية، وسلوكه وعاداته الاتصالية وتقاليده ورغباته ومصالحه، والمشكلات التي تواجه احتياجاته حيث أن " هذه الاحتياجات التي تجعل الجمهور يقبل متحدثا ويرفض آخر ولا شك أن المعلومات التي نحصل عليها في هذه المرحلة من التخطيط إنما تمثل الأساس الذي تبني عليه الخطة الإذاعية ويؤكد " بيتر Bitter " أي نظام اتصالي لكي يكون فعالاً ومؤثرا يجب أن يملك وسائل جمع وتقييم المعلومات. إذا انه من خلال ذلك فقط يمكن دراسة الموقف الحالي ومشتملاته، وهذا يمثل الخطوة الأساسية التي تمكن من تحديد أهداف مرسومة لسياسة الإنماء الاجتماعي.

ثانيا تحديد سياسات الخطة الإذاعية

إن التخطيط عملية مستمرة ودائمة ومتجددة وليس نشاطا وقتيا، كما أنه يتضمن مجموعة من المراحل والخطوات المتعاقبة التي يتوقف نجاح كلا منها علي نجاح الخطوة السابقة عليها وما دامت المرحلة التمهيدية قد تمت بنجاح أي تمكن المخطط من أن يحصل بموجبها علي معلومات عميقة

وشاملة وصحيحة عن المجتمع المستهدف فإنه يمكنه الانتقال إلـي مرحلـة أخري من مراحل التخطيط الإذاعي وهي " تحديد سياسات الخطة الإذاعية ".

والسياسات هي عبارة عن خطوط عامة يسترشد بها في صنع القرارات في مجال التخطيط الإذاعي إنما تتضمن جوانب متعددة في هذا التخطيط إلا أن العنصر الأساسي في تحديد سياسات الخطة الإذاعية يتمثل في الوجهة التي ستتبع في الإجابة علي سؤالين بالغي الأهمية وهما ما هو مضمون البرامج المذاعة؟، كيف تذاع هذه البرامج ؟ وقوام هذه الوجهة يتمثل في الإجراءات والقواعد التي أقرتها الإذاعة كوسيلة إعلامية لتستهدي بها في عملها.

العوامل التي تؤثر في تحديد سياسات التخطيط الإذاعي :

إن الحصر الشامل للأوضاع القائمة في المجتمع الذي ستتوجه إليه الخطة الإذاعية من الممكن أن يوضح لنا عديدا من العوامل والمتغيرات التي تؤثر في نوعية وكيفية البرامج هذه العوامل من مجتمع إلي أخر ويتفاوت تأثيرها في التخطيط الإذاعي إلا أن هناك مجموعة من العوامل العامة التي تؤثر في تحديد سياسات التخطيط الإذاعي أهمها :-

أولا : الأحوال الاقتصادية :

فهذه الأحوال تلعب دورا كبيرا من حيث تأثيرها في كل عناصر الخطة الإذاعية فهي تفرض عدداً محدداً من ساعات الإرسال وهي قد تفرض كمية ونوعية معينة من الأجهزة والمعدات التي سوف تستخدم في العملية الإذاعية كما أنها تؤثر في مضمون البرامج من حيث النوعية ومستوي الجودة ومصدر الإنتاج محليا كان أو مستوردا.

ثانيا : مسئوليات الإعلان :

تتأثر سياسات الإعلان بهذا المفهوم تأثرا عميقا حيال المجتمع والأفراد والحكومة فالوسائل الإعلامية تتباين عن غيرها في مفهومها لما يجب أن تنشره وتذيعه وللكيفية التي تنشره بها وذلك وفق مفهومها لتلك المسئوليات وبحكم الطبيعة الخاصة للإذاعة والتي جعلتها أكثر تعرضا للمسئولية عن

غيرها من وسائل الإعلان فإن سياسة التخطيط الإذاعي تتأثر بمفهوم مسئوليات الإعلام السائدة في المجتمع بدرجة كبيرة.

ثالثا : الطابع الخاص للوسيلة :

لكل خدمة إذاعية طابعها الخاص الذى تتميز لدى جمهورها، فهناك خدمات إذاعية يغلب عليها الطابع الديني، بحكم أنها أنشأت أصلا لتكون إذاعة دينية، وهناك محطات إذاعية يغلب عليها الطابع الخدمي لأنها أساساً إذاعة خدمات وأخري يغلب عليها الطابع السياسي أو الزراعي....إلخ وكل هذه الأمور تنعكس بدورها علي نوعية البرامج في الخطة.

رابعا : متطلبات الجمهور :

لما كان المستقبلون هم الهدف الأول والأخير لجميع المحطات الإذاعية فإنها جميعا تسعي جاهدة إلي جذب أكبر عدد ممكن منهم من خلال بث البرامج التي تتوافق مع أذواقهم وتلبي رغباتهم واحتياجاتهم وتتمشي مع مستوي ذكائهم وثقافاتهم حتي يمكن للإذاعة أن تحصل علي ثقة المستمع التي بدونها تفقد فاعليتها.

ولكي تضمن خطة البرامج الإذاعية أكبر حجم ممكن من المستقبلين فان عليها أن تراعي احتياجات هؤلاء المستقبلين ورغباتهم ويتم ذلك من خلال الأبحاث العلمية التي تقوم بها الخدمة الإذاعية من منطلق الإحساس بالمسئولية الاجتماعية ففي الدول النامية مثلاً قد يكون من الصعب علي المواطن العادي تحديد احتياجاته أي ما يحتاجه هذا الوطن ليكون مواطناً صالحاً يعرف حقوقه وواجباته هذه الصعوبة بسبب انخفاض المستوي الثقافي لدي المواطنين وجهلهم باحتياجاتهم الحقيقية وفي هذه الحالة يتعين علي الإذاعة القيام بهذه المهمة الوطنية أي تحديد احتياجات الجمهور أما بالنسبة لرغبات هذا الجمهور فيجب النظر إليها فقط علي أنها مؤشرات هامة وان يجري تقيمها وفق ما تراه الخدمة الإذاعية محققا لمسئوليتها العامة.

خامسا : النظام السياسي :

وهو يؤثر تأثيرا كبيرا في السياسة الإعلامية لأن كثيرا من القضايا

الكبري التي ترد في الأخبار تتأثر بالعمل السياسي وإذا كان هذا ينطبق علي وسائل الإعلام بشكل عام فانه يؤثر في الإذاعة بصفة خاصة لأن الإذاعة أشد هذه الوسائل وقوعا تحت سيطرة الدولة وإذا كانت هذه السيطرة بدرجات متفاوتة وفقا للنظام الإذاعي وما يعمل فيه من بيئة سياسية ذات طابع رقابة معين فإن هذا يؤثر في نوعية برامج الخطة الإذاعية وينعكس عليها بشكل أو بأخر إلا أن المخطط الإذاعي عليه أن يحسن التصرف فيما هو متاح ومسموح التحرك في إطاره.

سادسا : البيئة الإعلامية :

يقصد بها هنا وكالات الأنباء، الصحف، وشركات الإنتاج، الصناعات الإعلامية، الكوادر الإعلامية....الخ، وتؤثر البيئة الإعلامية التي تعمل في إطارها الخدمة الإذاعية في خطة برامج هذه الخدمة، فلا شك أن وضع سياسة خدمة إذاعية تعمل في بيئة إعلامية تتسم بالتنوع والثراء يختلف عن وضع سياسة خدمة إذاعية تعمل في بيئة إعلامية فقيرة فإن البيئة الإعلامية يتوقف عليها إمكانية الحصول علي مواد وبرامج إذاعية هامة يتوقف عليها مدي التعدد في مصادر الأنباء والمعلومات المتاحة... وهكذا نجد أن البيئة الإعلامية الفقيرة تشكل نوعا من القيود يتعين أخذه في الاعتبار أو بمعني أصح يأخذه المخطط الإذاعي في الاعتبار الكبير عند وضع سياسة الخدمة الإذاعية ويتضح ذلك في الدول النامية التي تفتقر إلي البيئة الإعلامية التي تتسم بالتنوع والثراء وبصفة خاصة في مجال التليفزيون لدرجة أنه عندما تبدء محطة تليفزيونية في العمل يصبح مليء وقت إرسالها بالبرامج الصعبة التي تواجهها علي عكس محطات التلفزيون التي تنشأ ف الدول المتقدمة.

ثالثا : تحديد أهداف الخطة الإذاعية :

بعد المسح الشامل للمجتمع المستهدف من الخدمة الإذاعية وتحديد السياسات والخطوط العريضة والقواعد والمباديء التي سيتحرك في إطارها العمل الإذاعي تأتي خطوة تحديد الأهداف.

ويؤكد خبراء الإعلام أن عدم وجود أهداف واضحة للخطة الإعلامية

يعرقل قضايا التنمية والتحول ويضع عقبات كبيرة في طريقها أما إذا حـــددت الأهداف بوضوح ووضعت الخطة الكفيلة بتنفيذها مع نظـــام دقيـــق للتقيـــيم والمتابعة فإن عملية التنمية والتغير تصبح أسهل حيث تتضافر جميع الجهود لتحقيقها والتغلب علي العقبات التي تعترضها.

وعلي هذا الأساس فإن تحديد الأهداف التي تسعي إليها الخطة الإذاعية إلـــي تحقيقها هو أمر في غاية الأهمية إذا أن هذا التحقيق بمثابة الطريق الموصـــل إلي غاية منشودة وهي تغير الوضع القائم إلي وضع أخر أفضل إذ أن الخطة الإذاعية تنبثق من الوضع القائم في المجتمع كما تظهره الحقائق والمعلومات التي تم تجميعها علي أسس علمية مما يمكن المخطط الإذاعي من رسم صورة ذهنية للوضع الأفضل المرغوب للوصول إليه ثم تحدد الأهداف التـــي مـــن خلال تحقيق الخطة الإذاعية لها يمكن للإذاعة أن تساهم مساهمة فعلية فـــي خدمة المجتمع وتقدمه ونقله من واقع مختلف مرير إلي واقع أخر افضل.

من المهم للقائم بالاتصال أن يعرف مدي تأثير رسائله وتحديد الأهداف بدقة من شأنه أن يضع القائم بالاتصال علي بداية الطريق لاكتشاف مدي تأثير رسالته ويتم ذلك من خلال البحوث العلمية التي يتم اجراءها قبل تنفيذ الخطة وبعدها

الشروط التي يتعين توافرها في أهداف الخطة :

هناك مجموعة من الشروط الواجب مراعاتها عند تحديد الأهداف التي تسعي للخطة الإذاعية لتحقيقها أهمها :

أولا : لإمكانية تحقيق الأهداف في حدود الإمكانيات المتاحة والفترة الزمنية المحددة وذلك أن التخطيط الإذاعي ليس إلا سلسلة في الخطوات التي تهدف في النهاية إلي تحقيق الأهداف التي تم تحديدها.

ثانيا : أن تكون الأهداف نابعة من الواقع الحقيقي للجمهور المستهدف بأبعاده المختلفة وأن تأخذ بعين الاعتبار سلبيات المجتمع وتطوره الحضاري وأن يؤدي تحقيقها إلي تغير واقع المجتمع إلي الأفضل وإلا يفرض هذا الواقع تطبيق أو تحقيق هذه الأهداف بطريقة لا تؤدي إلـــي مـــا هـــو منشود.

ثالثا : أن تكون الأهداف بسيطة وليست مركبة فإذا كان الهدف مركبـــا مـــن مجموعة الأهداف فيتعين تجزئته إلي مجموعة أجزاء كل جزء منهـــا يعد هدفا.

رابعا: أن تكون الأهداف واضحة جدا ومعلومة لدي كل القائمين علي تنفيـــذ الخطة وأن يشتركوا جميعا في مناقشة وتحديد الأهـــداف وأن توجـــه الإذاعة كل ثقلها ونشاطها لتحقيق هذه الأهداف.

خامسا : ضرورة التفرقة بين أهداف التخطيط الإذاعي وأغراضه فـــالغرض هو الوظيفة العامة للجهاز. أما الهدف فهو يتـــسم بالتحديـــد الـــدقيق والمعروف أن أغراض الخدمة الإذاعية ثلاثة هي الإعلام والترفيهية والتثقيف والتعليم وفي إطار هذه الأغراض العامة تحـــدد مجموعـــة الأهداف التي يتعين تحقيقها.

سادسا : أن تتسم الأهداف بالتحديد المجرد بمعني كونها ملموســـة وتتـــصل بمجالات تنمية المجتمع كالصناعة والتجارة والتعليم............الخ ولا تعتمد علي الشعارات العامة غير المفهومة مثـــل الحريـــة والإخـــاء والسعادة وغير ذلك.

رابعا : وضع خطة البرامج الإذاعية وتنفيذها ومتابعة التنفيذ :

تعرف الخطة في مفهومها العام بأنها الطريقة المثلي لتحقيـــق هـــدف معين وهي تتضمن القرارات المتعلقة بتحقيق هذا الهدف وطريقة تنفيذه فـــي مراحله الزمنية.

وبتطبيق هذا المفهوم العام للخطة علي خطة البرامج الإذاعية فإن خطة هذه البرامج ما هي إلا الطريقة المثلي لتحقيق الأهداف التي ســـبق تحديـــدها وتقييم صلاحيتها ويكون تحقيق الأهداف من خلال البرامج الإذاعية محـــددة ومجدولة من حيث الشكل والمضمون والأساليب الفنية فـــي توصـــيل هـــذا المضمون واللغة والجمهور المستهدف والطابع الجغرافي والدورية والوقـــت الذي ستذاع فيه ومدة الحلقة الواحدة وقبل ذلك يكون معروفا أن كل برنـــامج من البرامج التي تتضمنها الخطة يساهم في تحقيق هـــدف كـــذا وكـــذا مـــن الأهداف التي سبق تحديدها.

☒ المواصفات العلمية لخطة البرامج لخطة البرامج الإذاعية

هناك مجموعة من المواصفات والخصائص يتعين مراعاتها عند وضع خطة البرامج الإذاعية أهمها :

أولا المرونة : flexibility

وتعني المرونة أن تكون الخطة قادرة علي أن تستجيب للظروف المتغيرة ولا تكون جامدة في مواجهة هذه الظروف بل يجب أن تكون مرنة وتستوعب التغيرات الطارئة دون أن يؤدي ذلك إلي الاختلال في بنائها الأساسي.

ثانيا: الوضوح clearness

يتعين أن تكون الخطة الإذاعية مفهومة جيدا للقائمين علي تنفيذها وهذا لا يأتي إلا بأن يشترك في وضعها جميع المتقدمين لها بحيث لا يشعرون أن هذه الخطة مقروضة عليهم، كما أن اشترك القائمين بالتنفيذ في وضع الخطة يتضمن حماسهم وثقتهم في الادارة والخطط الموضوعة ويولد فيهم روح المحبة والنقد الذاتي وهذا يؤدي إلي تجويد العمل الإذاعي وتحسينه.

ثالثا : التكامل :

إن الخطة الإذاعية ما هي إلا إحدى عناصر التخطيط الإعلامي ولابد للخطة القومية الشاملة أن تتكامل بحيث يكون التخطيط الإعلامي متشابكاً ومتفاعلاً مع الخطط الأخرى المكونة للخطة القومية العليا ويتحقق هذا التكامل بين الخطة الإذاعية والخطط في المجالات الأخري من خلال اشتراك المخططين الإذاعيين في اللجان التخطيطية لهذه المجالات فهذا من شأنه أن يجعل هؤلاء المخططين الإذاعيين يدركون أهمية دورهم في التنمية ويجعلهم ملتزمين بوضع خططهم علي أساس التخطيط العام الذي تنتهي إليه هذه اللجان كما أنه من شأنه أن يساعد الإذاعيين علي حسن فهم فلسفة التخطيط ويمكنهم التعرف علي أهداف الحكومة وخطط التنمية.

ومن جهة اخري يتعين اشتراك المسئولين عن القطاعات والأنشطة المختلفة بالمجتمع في وضع الخطة الإذاعية علي أن يتم إقناعهم بالدور الذي يمكن أن تقوم به الإذاعة لخدمة أهداف وأنشطة قطاعاتهم وتوصيلها

للجماهير واقناع هؤلاء الجماهير بها. وهذا التلاقي بين المخططين الإذاعيين وغيرهم من المخططين من شأنه تحقيق الربط بين الخطط الإذاعية والخطط الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتعليمية والسياسية التي تضعها السلطات المسئولة عن هذه القطاعات

رابعا : التنسيق :

إن أساس نجاح أي مشروع إنساني هو التنسيق بين الجهود المبذولة فيه لذلك لابد من التنسيق بين الأجهزة المتخصصة بالنسبة للخطة الإذاعية سواء الجانب الإداري أو الفني أو المالي أو الهندسي بحيث يتحقق التنسيق بينها جميعا بحيث يتحقق التنسيق بين الخطة الإذاعية في المجالات الأخرى ويستلزم التنسيق أيضا أنه في سياق العملية التخطيطية يلاحظ أنه بينما يهتم واضعوا السياسات بتحديد السياسات فقط ويهتم المخططون بوضع الإستراتيجيات الشاملة نجد إن اهتمام المنفذين ينصب علي تحطي الممارسات التقليدية وهذا شيء ضروري لاعادة تفكيرهم في بعض التصورات الأساسية والتي تتعلق بممارستهم لعملهم وهذا بالطبع يقتضي التنسيق بين المخططين والمنفذين والذين يقرون الخطة في حالة وجود هذه المستويات.

خامسا : التوازن : Balance

ينبغي أن تكون الخطة الإذاعية متوازنة من حيث :

- نوعيات البرامج التي تتضمنها.
- مراعاة احتياجات المستقبلين ورغباتهم.
- فئات الجمهور بما في ذلك العام والأقليات والقطاعات ،
- المناطق الجغرافية التي تستهدفها الخدمة الإذاعية.
- الموضوعات والقضايا التي تعالجها.

سادسا : التنويع Variation

إن الخطة الإذاعية ينبغي أن تتنوع برامجها والموضوعات التي تعالجها لأن في ذلك ربط المجتمع بالخدمة الإذاعية إذ أنه من خلال هذا التنوع يمكن أن يجد المستمع ما يشبع رغباته واحتياجاته كما أنه بالتنويع يمكن إرضاء معظم الأذواق.

يقوم التخطيط الإعلامي للبرامج الإذاعية في مصر علي مجموعة من النقاط الهامة يمكن إيجازها فيما يلي :

- ✓ العمل الإعلامي في اتحاد الإذاعة والتليفزيون يهدف إلي رعاية وخدمة المواطن المصري بموضوعية وصدق
- ✓ يتم العمل الإعلامي في مصرفي إطار فلسفة نظام الدولة وأهدافها.
- ✓ تأخذ الخطة الإعلامية في اعتبارها أن العمل الإعلامي الناجح هو العمل الذي يرتكز علي منهم خصائص الجماهير المستهدفة كجمهور عام وكقطاعات متميزة فالعمل الإعلامي في الإذاعة والتليفزيون نشاط اجتماعي في المقام الأول وهو جزء لا يتجزأ من النظام الاجتماعي المتماسك كما أن هناك خصائص عامة للجمهور يتم أخذها في الاعتبار.
- ✓ الالتزام بتوازن الخدمات الإعلامية بالتلفزيون وشمولها لكافة أغرض العمل الذي يتمثل في الإعلام – التعليم – الترفيه – التثقيف تقديم الخدمات المختلفة لطوائف الشعب بأكمله.
- ✓ فإذا كان التخطيط مطلبا مهما في كل الأعمال فهو مطلب جوهري للإذاعة والعمل الإذاعي ذلك لأنها تتعامل مع جمهور في الداخل ومع عالم بالغ التعقيد في الخارج وهي تبقي مع المستمع طوال الليل والنهار كمصدر مهم وأساسي لكل عمليات الاتصال ويقدر التخطيط العلمي بقدر ما يكون الحكم بنجاح الإذاعة.

ويتوقف نجاح التخطيط للإذاعة علي مدي توفر المعلومات التالية :

- ✓ وجود أهداف واضحة للإذاعة تركز علي القيم الروحية والمبادئ الأساسية وعلي احتياجات برامج التنمية والقيم الاجتماعية.
- ✓ توفر معلومات أساسية وموثوق بها لواقع الإمكانات الفنية المادية والبشرية والعلمية.
- ✓ أن يتم التخطيط للإذاعة بعيدا عن العاطفة والحماس المفرط والتخطيط العشوائي وهذا يعني أن يتولي عملية التخطيط جهاز متخصص أو جهة متخصصة.
- ✓ أن يعطي العنصر البشري الاعتبار الأول في جميع مراحل التخطيط

للإذاعة والعمل الإذاعي ويشمل ذلك التأهيل قبل الخدمة والتدريب أثنائها والتنظيم والإشراف والمتابعة

- ✓ أن تكون الجدوى الاقتصادية وتنمية الإنسان وبناء الفضيلة في مقدمة اهتمام خطة الإذاعة.

القواعد العامة للخطط البرامجية في الإذاعة :

كان في الماضي يتم وضع خريطة للبرامج فكان يقسم اليوم إلي فترات الصباح – الضحي – الظهيرة – المساء – السهرة والختام وكانت هناك فترات ذروة للاستماع وفترات أخري أقل أهمية والآن ومع فلسفة التعدد في الشبكات يصبح مطلوبا إلي جانب التخطيط الرأسي الذي يعتمد علي تقسيم اليوم إلي فترات تخطيط آخر أفقي يقوم علي التنسيق بين الإذاعات المختلفة في كل فترات الإرسال وينبغي النظر إلي كل فترة علي أنها فترة ذروة.

ومن هنا تصبح القاعدة الذهبية من التخطيط للبرامج الاعتماد علي :

- ✓ التجويد والتميز في كل البرامج وفي كل فترة.
- ✓ توفير أكبر قدر من الجاذبية فالمستمع يشعر بالملل وفي ظل التعددية ينقل بين العديد من الإذاعات والإذاعة الجيدة هي من تجذب انتباهه اكثر من غيرها بالمفيد والمشوق ويمكن أن تجمل القول بأنه لابد من توفر عنصري التميز والجاذبية في كل إذاعة.

تمويل التخطيط الإذاعي :

يعتبر التمويل من أهم المقومات التي يرتكز عليها التخطيط الإذاعي في كل مراحله ففي مرحلة ما قبل وضع الخطة الإذاعية هناك حاجة إلي التمويل لإجراء البحوث اللازمة عن واقع الجمهور المستهدف من كل جوانبه لتشخيص سلبيات هذا الواقع وتحديد أهداف الخطة الإذاعية علي أساس سليم، بحيث يؤدي تحقيقها إلي تغيير صورة هذا الواقع إلي الأفضل وفي مرحلة وضع الخطة وتنفيذها وكذلك مراحل المتابعة والتقييم هناك حاجة ماسة إلي التمويل لدفع مرتبات المخططين والمنفذين وغير ذلك وكذلك هناك حاجة إلي

أموال لازمة لتجديد وإحلال الأجهزة الهندسية الخاصة بالخدمة الإذاعية.

لكل هذه الاعتبارات يتعين وضع خطة معاونة في المجال المالي في نفس الوقت الذي يجري فيه التخطيط البرامجي وأن يؤخذ الوضع المالي ومصادر التمويل المتاحة في الاعتبار عندما تجري عملية التخطيط الإذاعي.

مصادر التمويل للخدمات الإذاعية :

تتعدد مصادر التمويل للخدمات الإذاعية:

١) فهناك الإعلانات التجارية والبرامج المكفولة وتعتمد عليها المحطات الإذاعية ذات الصفة التجارية أي التي تهدف إلي تحقيق الأرباح وجذب المعلنين في المقام الأول.

٢) وهناك رسوم الرخص وتتمثل في فرض مبالغ مالية علي أجهزة الاستقبال يدفعها حائزو الأجهزة وتجمع حصيلة المبالغ وتستخدم في تمويل الإذاعة.

٣) وهناك الاشتراكات سواء كان المشتركون أفرادا أو هيئات حيث يقومون بدفع مبلغ معلوم كل فترة زمنية محددة مثال ذلك التلفزيون الخطي في الولايات المتحدة.

٤) وهناك القروض والإعلانات الخارجية سواء من الدول أو من المنظمات الدولية وقد أكدت اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال علي هذا النوع من التمويل حيث أكدت انه ينبغي أن يعطي التعاون الدولي لتنمية وسائل الاتصال أولوية مكافئة للأولويات التي تحظي بها القطاعات الأخرى مثل الصحة والصناعة والزراعة والتربية والعلوم.... إلخ لأن الإعلام مورد أساسي للتقدم للتنمية الشاملة... ويمكن توفير الاعتمادات اللازمة للتمويل عن طريق اتفاقيات حكومية ثنائية أو عن طريق المنظمات الدولية والإقليمية التي ينبغي أن تتضمن خططها اعتمادات تخصص لتطوير وتنمية الاتصال.

٥) وهناك الإعلانات والتبرعات وتعتمد عليها بعض الخدمات الإذاعية خاصة ذات الطابع الديني وكذلك التابعة للمؤسسات العلمية والتعليمية مثل الجامعات وكذلك الأحزاب السياسية خاصة أحزاب الأقلية الضعيفة.

وإذا كانت هذه المصادر تمثل بدائل متعددة لتمويل التخطيط الإذاعي ويتعين أخذها في الاعتبار إلا أنه يجب تخصيص جزء من ميزانية القطاع الإعلامي لتمويل الخطة الإذاعية كل ذلك في إطار الميزانية العامة للدولة. ويكون الجزء المخصص لتمويل الإذاعة متناسبا مع حجم الدور الذي ستلعبه الخطة الإذاعية في المجالات المختلفة وفقا للاحتياجات الاتصالية لكل مجال من هذه المجالات.

وبدون شك فان الميزانية المخصصة للخدمة الإذاعية أو القطاع الإذاعي ستتأثر بالميزانية المخصصة للقطاع الإعلامي إلا انه ينبغي التأكيد علي إن الإعلام الإذاعي لكي يكون فعالا وخادما للتنمية وحليفها فانه بالمقابل يحتاج إلي تنميته ذلك أنه في إطار التخطيط القومي الشامل لا يستثني قطاع دون آخر بل لابد من النظرة الكلية الشاملة لجميع القطاعات في المجتمع بما فيها قطاع الإعلام بصفة خاصة... وفي هذا الإطار لا ينبغي أن ينظر إلي تنمية قطاع الإعلام علي أنها تنافس التنمية في قطاع التصنيع – أو الزراعة أو التعليم أو الصحة أو تنمية الشعور بالمواطنة أو بالمشاركة العريضة في الشئون العامة أو غير ذلك من أهداف التنمية الوطنية لان الإعلام خادم وحليف لكل هؤلاء ينبغي أن يسير قدما ما معها وإلي جانبها.

وقد أكدت اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال هذه النقطة حيث إشارة إلي انه ينبغي دمج تنمية الاتصال في خطط التنمية الشاملة... بحيث تتضمن الاستراتيجية التنموية الشاملة سياسات الاتصال بوصفها جزءا لا يتجزءا من تشخيص الاحتياجات وترتيب الأولويات المختارة وتنفيذها وف هذا الصدد يعتبر الاتصال موردا رئيسيا من موارد التنمية. ووسيلة لضمان المشاركة الحقيقة وخلق الوعي بالأولويات القومية ومن هذا المنطلق يتعين توفير التمويل اللازم للاتصال في جميع مشروعات التنمية ذلك ان الاتصالات المساعدة للتنمية أمر لابد منه لتعبئة المبادرات وتوفير المعلومات اللازمة في جميع مجالات التنمية من زراعة وصحة وتعليم وصناعة وتنظيم أسرة.

الفصل السابع

الإعلانات الإذاعية

- مقدمة
- تعريف الإعلان
- مفهوم الإعلان الإذاعي
- نشأة تطور الإعلان الإذاعي
- قواعد ومباديء الإعلان الإذاعي الفعال
- القوالب الفنية للإعلانات الإذاعية
- أنواع الإعلانات
- الاعتبارات التي يراعيها كاتب الإعلان الإذاعي
- كالقواعد المنظمة للوظيفة الإعلانية في الإذاعة
- أشكال الإعلانات الإذاعية
- الأساليب الاقناعية في الإعلانات الإذاعية
- النشاط الإعلاني وإيراداته

الإعلانات الإذاعية

مقدمـــة :

الإعلان أحد معالم الحياة المعاصرة حيث أصبح الإعــلان جــزءاً لا يتجزأ من حياة أي مجتمع من المجتمعات الخدمية فلم تعد مهمـــة الإعــلان مجرد ترويج السلع والخدمات.وإنما امتد النــشاط ليــشمل تحريــك أوجــه الأنشطة المتعددة في المجتمع ومن ثم أصبح الإعلان أحد الفنون الاتــصالية الهامة فالإعلان أصبح جزءا أساســياً مــن حياتنـــا اليوميـــة الاجتماعيـــة الاقتصادية، الاتصالية حيث إننا مستهلكون أو منتجون تجــار أو وســطاء نتعامل معه ونتعرض للنشاط الإعلاني بشكل أو بأخر.

والإعلان يزود الفرد بمعلومات عن السلع والخدمات الموجودة فـــي السوق فهو أولا يعرف الفرد بالأسماء التجارية المتاحة عن كل سلعة وفـــي المقام الثاني يزوده بمعلومات عن كل ماركة وهذه المعلومات مقيدة بالنـــسبة له فالإعلان لا يطلق حاجات جديدة بالنسبة للفرد وإنما يقترح عليه كيفيـــات ربما جديدة لإشباع حاجات موجودة بالفعل سواء شعر بها أم لا انه باختصار يجعل الحياة أكثر راحة نظرا لأنه يشبع حاجات الفرد.

ويمكن تعريف إنسان هذا العصر ذلك الكائن البشري الذي تحيط بـــه الإعلانات أينما توجه وحيثما نظر فسواء كان في بيته أو عمله فالإعلانـــات تحيط به شاء أو لم يشأ وتتلقي حواسه في كل لحظة إعلانا جديدا وإذا كـــان العصر الذي نعيشه الآن قد أطلقت عليه مسميات منها عصر الذرة – عصر الكمبيوتر – عصر المعلومات – عصر التسويق فانه يمكن أيــضا ودون أي تجاوز أن نسميه عصر الإعلان.

هذا وقد أصبح الإعلان في العصر الحديث من أخطر المهـــام التـــي تؤديها وسائل الاتصال الجماهيري حيث يعد أحد معالم الحيـــاة المعاصـــرة والإعلان في جوهره رسالة مدفوعة وهذه الرسالة إما أن تكون إخبارية أو معلوماتية أو ترفيهية أو الثلاثة معا.

وقد ولد الإعلان الإذاعي مع المدنية وسايرها في تطورها فمنذ أن تعلم الإنسان تبادل البضائع كان لزاما عليه أن يقوم بـالإعلان عنها وكانت المناداة هي أولي وسائل الإعلان التي استخدمت في العصور القديمة في المدن مثل بابل – أثينا – وروما... ولم يكن الأمر مقتصر علي الإعلان عن البضائع والسلع وإنما أيضا للإعلان عن أخبار معينة وأحداث بذاتها مثل وصول القوافل وأنواع البضائع الآتية معها وأسماء التجار ووصول السفن ثم أصبحت المناداه في العصور الوسطي حرمة منظمة لها نقابة ورئيس. ففي القرن الثاني عشر كان المنادون في الدول الأوربية هم الوسيلة الوحيدة التي يستخدمها كبار التجار وأخذ الإعلان يتقدم بسرعة في نتيجة الثروة الصناعية واختراع الطباعة فكان الإعلان المطبوع حدثاً في دنيا التجارة وذلك لاختفاء الفن البدائي للإعلان وتم هذا في القرن السابع عشر وكان لانتشار التعليم نصيب في تقدم الإعلان المكتوب فالإعلان المنشور في الصحف هو الذي فتح الطريق واسعا أمام الإعلان الحديث.

وبظهور الإذاعة في الربع الأول من القرن العشرين لم تلبث هي الأخرى إن استخدمت كوسيلة إعلانية وجاء من بعدها التلفزيون واصبح هو الآخر يخدم أغراض الإعلان كذلك استخدمت السينما في تقديم الرسالة الإعلانية.

<u>وقد ساعد علي إدراك قيمة الإعلان عوامل كثيرة منها :</u>

١- انتشار التعليم بين طبقات الشعب وارتفاع نسبة المثقفين مما يسهل عملية قراءة الإعلان وفهم مضمونه.

٢- المنافسة القوية بين المنتجين والتجار للإعلان اعن منتجاتهم حتى يكتسبوا عملاء جدد وهذه المنافسة ترجع إلي ازدياد الإنتاج وظهور سلع بديلة واشتغال أكثر من منتج بنفس السلعة.

٣- تطور الوسائل الإعلانية من صحافة وإذاعة وتليفزيون وسينما ولوحات وملصقات ومنشورات.....إلخ

والإعلان سلاح ذو حدين فبقدر ما يكتب من نجاح للإعلان الصادق بقدر ما يؤدي من حياة السلعة ويقضي عليها تماما إذ كان الإعلان عنها

كاذبا ومبالغا فيه ولإدراك قيمة الإعلان واتباعه الإسلوب العلمي المنظم الذي يسير عليه الإنتاج الحديث نجد أن لإعلان يستخدم الآن علم النفس الحديث حتي يضمن الوصول إلي النتيجة المرغوبة وأصبحت له وكالات تسمي وكالات الإعلان وهي علي صلة قوية بالمعلنين من ناحية وبالوسائل الإعلانية المختلفة من ناحية أخري وقد ينجح الإعلان في خلق سوق كبيرة للسلعة وقد تشمل الدولة أو العالم كله.

تعريف الإعلان :

يعتبر الإعلان موضوعاً ذا أبعاد متعددة فهو نوع من الاتصال وهو مصدر تمويل لوسائل الإعلام المختلفة كما أنه متصل بالنظام الاقتصادي وهو جزء من عملية الادارة ثم أنه يرتكز علي علوم مختلفة مثل علم النفس – علم الاجتماع – علم الاقتصاد ومثل هذا الموضوع من الصعب وضع تعريف له فتعريفه كعملية اتصال تختلف عن تعريفه من وجة نظر التسويق أو علم النفس لذلك من الصعب وضع تعريف جامع مانع للإعلان لذلك يمكن أن نعرض أهم التعريفات المختلفة للإعلان والتي في مجملها تعطي التصور المتكامل لماهية الإعلان.

فيعرفه البعض بأنه فن إغراء الأفراد علي السلوك بطريقة معينة.

كما عرف البعض أيضا بأنه كافة الجهود الاتصالية والإعلامية غير الشخصية المدفوعة الأجر والتي تنتشر أو تعرض أو تذاع من خلال أحد وسائل الاتصال أو مجموعة منها وهدفه تعريف جمهور معين بمعلومات معينة وحثه علي القيام بسلوك محدد. وقد أكد " سامي الشريف " بأن الإعلان ليس علما مستقلا باته له أصوله وقواعده.

وعرفه " علي السلمي " بأنه عملية اتصال غير شخصي من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمنا لتوصيل معلومات معينة إلي فئات المستهلكين حيث يفصح المعلن عن شخصيته في الإعلان.

ومن أحسن التعريفات التي وضعت حديثا ماء وضعته جمعية التسوق الأمريكية " الإعلان هو مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلي النشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة علي الجمهور بغرض حثه

علي شراء سلع أو خدمات أو من أجل استمالته إلي التقبل الطيب إلي الأفكار أو الأشخاص أو منشآت معلن عنها ".

كما عرفته " الموسوعة الفرنسية الكبري " بأنه مجموعة الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية واقناعه بمميزات منتجاتها والإيحاء له لاقتنائها ".

" والموسوعة الصغري " تعرف الإعلان بأنه :-

" أي شيء من مدفوع من أشكال التقديم والترويج غير الشخصي للأفكار والسلع والخدمات يقوم به مصدر معروف. ويعرف " فرانك Frank " الإعلان بأنه هو الوسيلة التي تستخدم في التعريف بما نريد نشتريه أو نبيعه ".

ويعرف " محمود عساف " الإعلان بأنه مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلي نشر الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة علي الجمهور بغرض حثه علي شراء سلع أو خدمات أو من أجل سياقه إلي التقبل الطيب لسلع أو خدمات أو أشخاص و أفكار أو منشآت معلن عنها.

ويعرف " مجدي سمعان " الإعلان بأنه الرسالة التي توجه للتعريف بمنشأة أو سلعة أو خدمة وخلق حالة من الرضي والاقتناع لدي الجماهير تدفعهم إلي الشعور بأنهم في حاجة إلي هذه المنشأة أو السلعة أو الخدمة.

ويعرف " إبراهيم إمام " الإعلان بأنه " فن التعريف The art of making known إذ أنه يعاون المستهلك المرتقب بسلعه أو خدماته كما يعاون المستهلك في التعرف علي حاجاته وكيفية إشباعها.

ويعرف نورمان Norman الإعلان بأنه جذب انتباه العامة ببيان مدفوع الأجر ".

ويعرف " عبد السلام أبو قحف " الإعلان بأنه هو أي شكل من أشكال الاتصال غير الشخصي مدفوعة القيمة لإرسال فكرة أو معلومة ترتبط بسلعة أو خدمة وذلك بواسطة شخص محدد.

وتعرف" هناء عبد الحليم سعيد " الإعلان بأنه نشاط اتصال غير شخصي مدفوع الأجر يقوم به جهة معلومة موجهه إلي جمهور كبير يهدف

جذب انتباهه وإثارته واقناعه وحثه علي اقتناء السلع أو الخدمات أو القبول الطيب للمنشآت والأشخاص أو الأفكار المعلن عنها.

ويعرف " صفوت العالم " الإعلان بأنه نقل المعلومات أو البيانات من المعلن إلي جمهور معين من المستهلكين عن سلعة أو خدمة معينـــة بهـــدف إحداث تأثير في سلوك هؤلاء المستهلكين وجعلهم أكثر قبولا وطلبا للـــسلعة أو الخدمة المعلن عنها.

ويعرفه " كينيث " الإعلان بأنه بيان مدفوع الـــثمن بأحـــد الوســـائل الإعلانية.

ويعرفه " محمد فريد الصحن " الإعلان بأنه جهد مدفوع القيمة بمعني أن المعلن يقوم بدفع تكاليف الإعلان إلي الجهـــة التـــي ســـتتولي توصـــيل المعلومات إلي القطاع المستهدف وهو ما يميز الإعلان عـــن غيـــره مـــن الأنشطة.

ويعرف " حسن خير الدين " الإعلان بأنه وسيلة من وسائل البيع غير الشخصي.

Non Personal Selling إذ يتم اتصال المنتج وهو المعلن بالمـــستهلكين عن طريق وسائل النشر المختلفة.

ويعرف " آرثرجوسون "الإعلان بأنه نشر مدفوع الأجر للمعلومـــات بغرض البيع أو المساعدة في بيع السلع والخدمات أو الحصول علي قبـــول للأفكار تجعل الإنسان يفكر أو يتصرف بطريقة معينة.

ويعرف " طاهر مرسي عطية " الإعلان بأنه وسيلة للتعريف بسلعة أو بخدمة بغرض البيع أو الشراء أو لفكرة أو لرأي بغـــرض كـــسب القبـــول والتأييد.

وتعرف " لجنة الجمعية الأمريكية للتسويق " الإعلانات بأنها أي شكل مدفوع الأجر لتقديم وترويج غير شخصي للأفكار والسلع والخدمات بواسطة راعي معروف.

ويعرف " أحمد محمد المصري " الإعلان بأنه التعريف السليم والامين بالسلع والخدمات والفرص المتاحة وهو محاولة تقريب المسافة بين المنتج أو

مقدم السلعة إلي المستهلك النهائي أو المنتفع بالخدمة أو الباحث عن الفرصة.

ويعرف " فرانك جيفكنز Frank Jefkins " الإعلان بأنه يقدم أكثر وسائل البيع اقناعا لأكثر الزبائن احتمالا لشراء السلعة أو الخدمة بأقل تكلفة ممكنة.

ويعرف " مرعي مدكور " الإعلان بأنه رسالة مدفوعة وهذه الرسالة إما أن تكون إخبارية أو معلوماتية أو ترفيهية أو الثلاثة معا.

ويعرف " علي رفاعة الأنصاري " الإعلان بأنه حلقة الوصل بين المنتج وما يمثله من سلع وخدمات والمستهلك وما يمثله من حاجات ورغبات يود إشباعها.

ويعرف " مايكل روتشايلد Michael L. Rothschild " الإعلان بأنه عرض لفكرة أو خدمة مدفوعة الأجر بواسطة راعي محدد.

ويعرف " بشير العلاق وعلي ربايعة " الإعلان بأنه مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلي نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة علي الجمهور لغرض حثه علي شراء سلع أو خدمات أو بقصد التقبل الطيب لأفكار أو أشخاص أو منشآت معلن عنها.

وتعرف "نوال سليمان رمضان" الإعلان بأنه وسيلة من وسائل التأثير علي السلوك ويقصد به نشر المعلومات والبيانات عن الأفكار أو السلع أو الخدمات والتعريف بها في وسائل الإعلام المختلفة مقابل أجر مدفوع.

ويعرف " مصطفي عبد القادر " الإعلان بأنه نشاط فيه فن وعلم لاغراء الأفراد والمستهلكين لشراء السلع أو الخدمات والتعريف بها في وسائل الإعلام المختلفة مقابل أجر مدفوع.

ويعرف " علي العنتيل " الإعلان بأنه وسيلة غير شخصية لترويج السلع المختلفة وتصريفها ويمثل الإعلان جهود بيع غير شخصية ووسيلة فعالة لتقديم السلع والخدمات من المنتجين إلي المستهلكين ويعرفهم بخصائصها والمنافع التي تحققها لمن يشتريها.

ويعرف " ويليام ويلز William wells " الإعلان بأنه اتصال غير شخص مدفوع الأجر من راع معروف باستخدام وسيلة اتصال جماهيري

لاقناع الجمهور أو التأثير عليه.

ويعرف " سمير محمد حسين " الإعلان بأنــه هــو كافــة الجهــود الاتصالية والإعلامية غير الشخصية المدفوعة والتي تقوم بهــا منظمــات الأعمال والمنظمات غير الهادفة إلي الربح والأفراد والتي تنشر أو تعــرض أو تذاع باستخدام كافة الوسائل الإعلانية وتظهر من خلالها شخصية المعلن وذلك بهدف تعريف جمهور معين بمعلومات معينة وحثه علي القيام بسلوك معين.

مفهوم الإعلان الإذاعي :

إعلانات الراديو هي مجموعة مــن الأصــوات المــصممة لتحفيــز الأشخاص علي اتخاذ إجراء ما فالإعلان يروج لبيع سلعة أو خدمة أو فكرة وتتنافس إعلانات الراديو مع آلاف الوسائل التجارية الأخرى التي يتعــرض لها المواطن كل يوم فهناك نوعيات من الوسائل الإعلانية المتاحة في كــل مكان ويتم تجاهل حوالي ٨٠% من الحجم الكلي للإعلانات بــسبب تكــرار إذاعتها والتعرض لها مما يؤدي إلي انصراف الناس عنها.

هذا وتتسم إعلانات الراديو بأنها غير مكلفة وهي تصل إلي جمــاهير غفيرة متخطية حواجز الزمان والمكان والأمية وتستطيع الإذاعة من خــلال التعاون مع المعلنين أن تجمع كما هائلاً من المعلومــات عــن خــصائص جماهيرها المستهدف ويقوم المعلنون إجراء العديد مــن المــسوح لمختلــف وسائل الإعلام ومن خلالها يستطيعوا التعرف من خلال أرقام المبيعات علي أكثر البرامج شعبية والأوقات التي يزداد أو يقل خلالها الاستماع.

خصائص الإذاعة كوسيلة لنشر الإعلانات :

يلاحظ أن الصحف تستحوذ علي نــصيب الأســد مــن مخصــصات الإعلان فهي تختص بنحو ثلثي هذه المخصصات في مصر وبنحو نــصفها في البلاد الأوربية المتقدمة أو الولايات المتحدة الأمريكية.

غير أن الراديو أصبح الآن منافسا للصحافة في هذا المجال ألا وهــو المجال الإعلاني وهو يعتمد علي حاسة لسمع وليس حاسة البصر لوحــدها

وهذا يجعله أسهل تناولاً من الإعلان الصحفي فالراديو ينتشر الآن في كـل منزل تقريبا وهو أداة تسلية وتثقيف تلائم طبقات الـشعب فهـو لا يحتـاج القراءة والكتابة بعكس الصحف والمجلات لذا نجد أن الإعلان بالراديو لـه جمهور أكبر من جمهور الصحافة فلقد أثبـت الإحـصاءات أن الجمهـور يحصل علي ٦٠ من الأخبار عن طريق الراديو والراديو يلائم الإعلان عن السلع التي لا تحتاج إلي إيضاح بالرسم فهو يلائم السلع الغذائية والـسجائر والمشروبات بعكس أنواع أخري من السلع التي لابد من البراز صور لها تجذب المشتري مثل السيارات والملابس والأثاث المحلـي فهـذه يلائمهـا الإعلان الصحفي والتليفزيوني أكثر من الإعلان الإذاعي.

ومهمة الإعلان الإذاعي هي تعريف الجمـاهير بالـسلعة ومميزاتهـا ووصف استعمالاتها وخلق جو الثقة بها علي شـرط أن يمتـاز بالجاذبيـة والتشويق وعنصر الاعتدال والبعد عن التهويل والمبالغة كـذلك يجـب أن يتصف بالجاذبية والابتكار.

ومن الرسائل الحديثة الممتعة والتي تلاقي نجاحا كبيرا وسيلة اختيـار قوالب فنية متنوعة مثل القصة والأغنية الخفيفة في الإعلان ويراعي أيـضا أن تكرار الإعلان في اليوم الواحد في فترات متقاربة حتي نضمن وصـول الرسالة الإعلانية إلي أكبر عدد من المستمعين.

ولكن مما يعاب علي الإعلان في الإذاعة والتليفزيون وجود إعلانـات عن سلعة واحد لمنتجين مختلفين تذاع متلاحقة مما يوقع المستمع في حيـرة من أمره أي منها سيختار ويكون لذلك نتيجتان فأما خلق عدم الثقة بهـا أو يعتمد علي تجربته الشخصية كذلك يجب ألا تزدحم البـرامج بالإعلانـات بمعني أنه ليس من المعقول أن تقطع حديث إذاعي أو نـشرة إخباريـة أو تمثيلية عن سلعة ما ولكن من الممكن أن يحدث ذلك في فترات بين البرامج أو في خلال أغنية أو قطعة موسيقية لها مستمعون أكثر فمن المعـروف أن ندرة من المستمعين من يتابع حديث إذاعي ٠دون أن ينصرف بعض الوقت عنه أو يدير مفتاح المذياع ليغلقه وهذا يفقد الإعلان الهدف الذي أذيـع مـن أجله وهو الحصول علي جمهور كبير لذا يجب اختيار الوقت المناسب والذي يضمن فيه جمهور كبير من المستمعين لتقديم الإعلان ويجب ألا تكون فترة

الإعلان طويلة مملة وإنما يراعي أن تكون قصيرة وعباراته واضحة فالكلمة المذاعة لها تأثير خطير فهي تدور حول العالم سبع مرات ونصف المرة في الثانية. ومن هنا ندرك مدي فاعليتها فهي تعد من أقوي الوسائل في التـأثير علي الجماهير ولها قوة إيجابية جبارة فهي تتسلل إلي المستمع في كل مكان بطريقة هادئة وديعة ويمكن للكلمة المذاعة أن تسجل العديد من المرات فتكتسب في كل مرة قوة إضافية هي قوة الدق المنتظم مما يجعل لها تـأثير كبير علي مسمعيها ومن هنا ندرك أهمية الإعلان الإذاعي العام.

ويختلف وضع الإذاعة من بلد إلي بلد فمن محطات الإذاعة ما هو حكومي تشرف علية الدولة وتنفق عليه باعتبار الإذاعة وسيلة من وسائل الإعلام الرئيسية التي تخدم الجمهور وتعمل علي زيادة ثقافته وتنمية معلوماته وتوجيه إلي ما فيه الخير والمصلحة العامة. وحينئذ يعتبر الداخل الوارد من الإعلان – إذا سمح بقبول إذاعة الإعلانات في تلك المحطات – دخلا إضافيا لا يعتمد عليه بصفة أساسية في تغطية نفقات محطة الإذاعة.

ومن المحطات الإذاعية ما هو أهلي تملكه منشآت وتديره باعتباره نشاطاً تجاريا سعي إلي تحقيق الربح من ورائه وتعتمد تلك المحطات أساسا علي الإعلان كمورد أساسي لتغطية نفقاتها بالإضافة إلي مورد فرعي آخر هو إيراد الحفلات التي تنظمها.

مزايا الإعلان الإذاعي :

تمثل إعلانات الراديو طريقة مثيرة ومؤثرة لنشر المعلومات فهي عبارة عم موضوع مختصر يوضع بين البرامج أو يتخلل إذاعتها ويحقق الشكل المزايا الآتية :

١) اختصار وقت الإعداد.
٢) تقديم الإعلان الحي (Live) بدون تكاليف إنتاج تذكر.
٣) تتطلب الإعلانات المسجلة للراديو وقت وتكاليف أقل من الإعلانات المطبوعة أو التلفزيونية أو السينمائية.
٤) تتيح إعلانات الراديو الاتصال الفوري بالمستمع.
٥) تقدم إعلانات الراديو اللمسات الإنسانية التي تثير الاهتمام.
٦) غالبا ما تكون الاستجابة لإعلانات الراديو فورية.

عيوب الإعلان الإذاعي :

ومن ناحية أخري هناك بعض الحدود لإعلانات الراديو تحد من فعاليتها فإعلانات الراديو تكون مختصرة جداً بما لا تتيح المجال للشرح التفصيلي وهي غالباً ما تتضمن فكرة واحدة لأن المسمع لا يوجه اهتمامه الكامل نحو الإذاعة بالراديو بينما في حالة الوسائل المطبوعة يستطيع المتلقي أن يقرأ ويعيد القراءة أكثر من مرة كما يستطيع الاحتفاظ بالجريدة أو المجلة التي تحوي الإعلان فالمستمع لدية فرصة واحدة في وقت واحد لاستقبال رسالة الراديو كذلك من الصعب ذكر هذه البيانات التفصيلية ضمن الإعلان الإذاعي مثل أرقام التليفونات والعناوين لأن المستمع لن يكون في حالة تسمح له بتدوين هذه البيانات التفصيلية ولذلك يعتمد الراديو علي خاصية الإعادة repition داخل الإعلان، وتقديم الإعلان عدة مرات علي مدار اليوم للحصول علي المعلومات الضرورية التي تتضمنها الرسالة الإعلانية.

الخصائص المميزة للإعلان الإذاعي :

ويبدو من هذا التعريف بالإضافة للتعريفات الأخري للإعلان مجموعة من الخصائص المميزة للإعلان ومنها الإعلان الإذاعي :

١) الإعلان عملية اتصال جماهيرية ينسحب عليها ما ينسحب علي كافة ألوان النشاط الاتصالي من حيث مقوماته ومكوناته
٢) انتقاء العنصر الشخصي في الإعلان.
٣) المادة الإعلانية المنشورة أو المعروضة أو المذاعة مدفوعة الأجر.
٤) الإعلان نشاط يستخدم بواسطة كافة المنظمات الهادفة أو غير الهادفة إلي الربح وكذلك الأفراد.
٥) يستخدم الإعلان كافة الوسائل الإعلامية لنقل الرسالة الإعلانية.
٦) يوجه الإعلان إلي جماعات محددة من المستهلكين من المفترض أنه تمت دراستهم من النواحي الديموجرافية والاجتماعية والنفسية والمعرفية وغيرها من الجوانب المختلفة في دراسة المستهلكين.
٧) يبث الإعلان وسائل إعلانية – عبر الوسائل المختارة إلي الجمهور المستهدف من المفترض أنها صممت بطريقة تضمن إحداث الأثر

الإعلاني المرغوب.

٨) وبالتالي تعددت تعريفات الإعلان ولكنها اتفقت فيما بينها إلي حد كبير حول أنه نشاط اتصالي يلجأ إلي وسائل الاتصال غير المباشر نظير أجر معين مما يجعله نشاطا مدفوعا الأجر.

٩) يستهدف التأثير في جمهور محدد يمثل للمعلن المستهلك الحالي أو المرتقب.

☒ ولكي لا يتم الخلط بين مفهوم الإعلان وبين بعض المفاهيم المتصلة بالاتصالات الأخري (كالعلاقات العامة – النشر – ترويج المبيعات – الإعلام وغير ذلك) حدد العلماء بعض الخصائص المتوفرة في الإعلان وهي :

<u>خصائص أخري متوفرة في الإعلان وهي :</u>

١- الإعلان عملية اتصال جماهيرية.

٢- المادة الإعلانية المنشورة أو المعروضة أو المذاعة مدفوعة الأجر.

٣- الإعلان نشاط يستخدم بواسطة كافة المنظمات الهادفة أو غير الهادفة إلي الربح وكلك الأفراد.

٤- وضوح شخصية المعلن واسمه في الرسالة الإعلانية.

٥- تتوجه الرسالة الإعلانية إلي جماعات محدد من المستهلكين من المفترض انه تمت دراستهم من النواحي الديموجرافية والاجتماعية والنفسية والمعرفية وغيرها من الجوانب المختلفة في دراسة المستهلكين.

٦- يستهدف الإعلان إعطاء معلومات للفئات المختلفة للجمهور

٧- يستهدف اقناع المستهلكين بشراء السلعة أو طلب الخدمة المعلن عنها وبالتالي فإنه يستهدف إحداث تأثير معين علي سلوك المستهلكين من خلال كونه نشاطاً اتصالياً اقناعياً.

وظائف الإعلان :

تتعدد وظائف الإعلان ويمكن تلخيصها في خمس وظائف أساسية وهي

١- الوظائف التعليمية

وتهدف إلي تعريف المستهلك بالسلعة وخصائصها أو الخصائص الجديدة للسلع المعروفة وطرق ومجالات استعمالها وكيفية صيانتها والمحافظة عليها.

٢- الوظيفة الإرشادية

وتهدف إلي إخبار الجمهور بالمعلومات التي تيسر له الحصول علي الشيء المعلن عنه بأقل جهد وفي أقصر وقت وبأقل نفقات وفي إرشاد الجمهور إلي كيفية إشباع حاجاته.

٢ - الوظيفة التنافسية

وتهدف إلي إبراز خصائص السلعة مقارنة بالسلعة المنافسة بهدف التأثير علي المستهلك لتفضيل سلعة الشركة عن باقي سلع المنافسين.

ويشترط في الإعلان التنافسي أن يكون عن سلع أو خدمات متنافسة بمعني أن تكون متكافئة في النوع ومتساوية مع بعضها من حيث الخصائص وظروف الاستعمال والثمن وما إلي ذلك.

ويعتمد نجاح هذا النوع من الإعلان علي ما ينفقه المعلنون علي نشرة من أموال مما يهيئ لهم النجاح في التغلب علي المنافسين إلي جانب الأفكار الجديدة المبتكرة في الرسائل الإعلانية المنشورة والمذاعة والتي تلقي قبولا أكثر من الجمهور.

٣- الوظيفة التذكيرية

وهو الذي ينشر أو يذاع متعلقا بالسلع أو الخدمات أو أفكار أو منشآت معروفة طبيعتها ومعلومة خصائصها للجمهور بقصد تذكير ذلك الجمهور بها والتغلب علي عادة النسيان الأصلية لدي البشر ولحثه علي إشباع حاجاته الحقيقية عن طريق ما.

تطور ونشأة الإعلان الإذاعي وموقفه من

مصادر التمويل :

مر الإعلان بسلسلة من المراحل اختلفت فيها الأهمية النسبية الممنوحة له ونسبيه مشاركته للمصادر الأخري في تمويل الخدمات الإذاعية وتمثلت هذه المراحل في ثلاث مراحل رئيسية كالتالي :

أولا : بداية ظهور الخدمة الإعلانية في الخدمة المصرية (١٩٢٦ – ١٩٣٢)

يرجع تاريخ ظهور الإعلانات التجارية إلي ما قبل سنة ١٩٣٢ عندما كانت الإذاعة يديرها الأفراد وكانت تعتمد بالكامل في مواردها علي الإعلانات وهذه المرحلة مماثلة للنظام التجاري أو الإذاعي كمشروع خاص يمول بالكامل من الإيرادات الإعلانية وقد ظل الأمر كذلك حتي عام ١٩٣٤ حيث امتنعت الإذاعة عن تقديم الإعلانات ابتداء من ٢٩ مايو ١٩٣٤ وهو تاريخ توقف الإذاعات الأهلية عن ممارسة نشاطها ودخول الإذاعة مرحلة تنظيم جديدة بمقتضاها أبرمت الحكومة المصرية عقدا مع شركة ماركوني تتولي الأخيرة بموجبه أمر الإذاعة بالنيابة عن الحكومة المصرية وتحت إشرافها وقد نص هذا العقد علي أن تكون البرامج مقصورة علي المواد الترفيهية والتعليمية وأن تبتعد الإذاعة تماما عن الإعلان التجاري مباشراً كان أم غير مباشر إذا رأت الحكومة فيما بعد إدخاله.

وتحددت مصادر تمويل هيئة الإذاعة في ذلك الوقت في رسوم رخص أجهزة الاستقبال والدعم الحكومي بالإضافة إلي إيرادات المجلات المتخصصة مثل مجلة الراديو المصري التي صدرت ١٩٣٥ باللغتين العربية والإنجليزية وقد استمر هذا الوضع حتي بعد إلغاء عقد شركة ماركوني سنة ١٩٤٧ إلي ما قبل اندلاع ثورة ١٩٥٢ ودخول الإذاعة المصرية في مرحلة جديدة.

ثانيا : تنظيم الإذاعة المصرية وتجدد فكرة إدخال الإعلان (١٩٥٢ – ١٩٥٩) :

بعد قيام ثورة عام ١٩٥٢ تغيرت أهداف الإذاعة المصرية ورسالتها وتطلعت إلي موارد جديدة لمقابلة التخطيط الجديد والتوسعات المستهدفة

وكان من ضمن ما فكرت فيه الإذاعة لتلبيه هذه الاحتياجات وإيجاد الموارد اللازمة لها إدخال الإعلانات التجارية.

ولذا فقد أنشئت الإذاعة لجنة من الفنيين ناقشت هذا الموضـــوع إلا أن قد ترددت في إقرارها لدخول الإعلان في ذلك الوقت خوفا من التأثير الـــذي يمكن أن يحدثه في مضامين البرامج ولكن بعد التوسعات والإصلاحات التي أدخلت علي مرفق الإذاعة في سنة ١٩٥٣ تجددت الفكرة مرة ثانيـــة فـــي بداية عام ١٩٥٤ رؤي ضرورة دراستها دراسة فنية والوقوف علي كيفيـــة إدخالها ومدي الفائدة التي تمرض علي الإذاعة من تقديم الإعلانات ومستوي الأجور المطلوبة.

وقد لجأت الإذاعة إلي إيفاد مبعوثاً لزيارة بعض الإذاعات الأوربيـــة إلي تقدم الإعلانات لدراسة النظام الذي تتبعه بالإضافة إلـــي اتخـــاذ كافـــة الإجراءات التي تمنع سيطرة المعلن عن المضمون البرامجي ومنها أن تقوم الإذاعة باعتماد نصوص الإعلان قبل إجازاتها مع تقديم الإعلانات في حدود ونسب معقولة من وقت البرامج التي تحددها بل أكثر من هذا فقـــد أكـــدت الإذاعة من أن الإعلان إذا ما أحسن تنفيذها فهي تؤدي إلي تقوية البـــرامج وليس إضعافها لأنه يختار لها أحسن فنيين والمحررين.

أما في حالة البرامج الإعلانية فيمكن أن يقدم نفس البرامج الإذاعـــي المعد أصلا للإذاعة ويدخل الإعلان في البرامج بجملة تذكر في أوله وأخره وتتقاضي الإذاعة علي ذلك مبلغا كبيرا مقابل البرنامج دون أن تتغير خريطة برامجها أو سياستها ولذلك رؤي وضع نظام الإعلانات موضـــع التجربـــة بصورة جزئية وبقدر محدود وذلك ابتداء من عام ١٩٥٩.

<u>ثالثا : التطبيق الفعلي للنظام الإعلاني في الإذاعة المصرية من ١٩٥٩ – ١٩٨٧</u>

شهدت هذه المرحلة مجموعة من الإجراءات التنفيذية بـــشأن إدخـــال الإعلانات التجارية في الخدمات الإذاعية المـــصرية وتمثلـــت أهـــم هـــذه الخطوات في تحديد الجهة المختصة بالوظيفة الإعلانية وتحديد نسبة مساهمة الإعلان في تمويل الخدمات الإذاعية.

أ- تنظيم الخدمة الإعلانية وتحديد جهة الاختصاص :

بدأت أولي الخطوات التنفيذية لإدخال النظام الإعلاني في الإذاعة المصرية بتحديد الجهة التي تختص بهذه الوظيفة فقد ظهرت في هذا الإطار ثلاثة أراء يقضي أولها بان يعهد بهذه الوظيفة إلي الإذاعة في حين يري الرأي الثاني أن يتم ذلك عن طريق شركة قائمة بالفعل واتجه الرأي الثالث إلي ضرورة إنشاء شركة لهذا الغرض تساهم الإذاعة فيها بأكثر من النصف واستقر الرأي في النهاية علي أن تقوم شركة قائمة بالفعل بمباشرة الإعلانات وتنفيذها أي الأخذ بالرأي الثاني.

وعلي أثر هذا القرار عرض مندوبي الشركات المشتغلة بالإعلان التعاون مع الإذاعة وفي النهاية واقع الاختيار علي شركة الإعلانات المصرية لتتولي هذه العملية واقع عقد معها. في ١٢ديسمبر ١٩٥٩ تقوم الشركة بمقتضاه بتسويق الإعلانات لإذاعتها في برنامج الشعب مقابل خمسة جنيهات للدقيقة علي ألا تقل الحصيلة من ١٥ دقيقة يوميا كما نص العقد علي أن يبدأ التنفيذ الفعلي في أول مارس عام ١٩٦١ علي أن تقتصر الإعلانات علي السلع والمنتجات الوطنية وأن يكون الترخيص لمدة عام يعاد بعدها النظر في الموضوع وقد كان هذا القرار هو أول تنظيم قانوني للوظيفة الإعلانية في الإذاعة المصرية بعد أن كانت تمارس بشكل عشوائي في المحطات الأهلية واستتبع هذا القرار قرار جمهوري أخر هو القرار رقم ٨١٥ لعام ١٩٦١ بشأن الإعلانات لم يتضمن مدة السنة التي يعاد النظر بعدها في الترخيص بإذاعة الإعلانات التجارية وهو ما كان قد نص عليه القرار السابق وقد أتاح ذلك استمرار تقديم الإعلانات مع استمرار قيام شركة الإعلانات المصرية بتسويق الإعلانات المصرية وتنفيذها وقد تضمن العقد المبرم بين الإذاعة والشركة خطوات العمل والمراحل التي تمر بها النصوص قبل تنفيذ العقد وفقا للخطوات التالية :

١- أن تتعاقد الشركة مع المعلن.
٢- يحرر المعلن النص الإعلاني إلي الإذاعة لاعتماده.
٣- تقدم الشركة النص الإعلاني إلي الإذاعة لاعتماده.

٤- تقوم الإذاعة بإقرار النص أو رفضه إذا ما تضمن أي مخالفة عن بنود العقد.

٥- إذا حدث تعديل أو رفض تقوم الشركة بالاتصال بالمعلن للحصول علي موافقته علي النص المعدل إلا إذا كان قد وكلها في تحرير النص دون الرجوع إليه.

٦- بعد اعتماد النص من الإذاعة تخطر الشركة الإذاعة بالمواعيد التي ترغب في إذاعة الإعلان فيها.

٧- بعد ذلك تبدأ مرحلة أخرى هي مرحلة الإخراج ثم مرحلة التنفيذ وتتلخص الأولي في اختيار الموسيقي المناسبة والمؤثرات الصوتية إذا كان الإعلان مباشراً أما إذا كان برنامج تقدمه الإذاعة ينفق علي أجر البرنامج وتدفعه الشركة الربع فقط لأن ملكية البرنامج تظل للإذاعة أم إذا كان برنامج تسجله الإذاعة لحساب الشركة ففي هذه الحالة تدفع الشركة كل التكاليف.

بعد إتمام التسجيل يحجز موعد لإذاعة الإعلان حسب رغبة الشركة التي تنوب عن المعلن شريطة ألا يتعارض ذلك مع صالح الإذاعة، فلا يقدم الإعلان بعد القرآن الكريم أو بعد نشرات الأخبار وتشترط الإذاعة علي الشركة ألا تقل المدة السابقة علي اختيار الإذاعة بموعد الإعلان عن ثمان وأربعين ساعة قبل التنفيذ حتي لا يتعارض الإخطار المتأخر مع طبع البرنامج اليومي واستمرت الإذاعة تباشر اختصاصاتها الإعلانية إلي أن صدرت مجموعة من القرارات الجمهورية أتاحت لجهات متخصصة مهمة مباشرة هذه الوظيفة.

<u>رابعا : القرارات الخاصة بتحديد جهة الإشراف علي الإعلان بالإذاعة المصرية :</u>

☒ <u>صدرت عدة قوانين تتعلق بتنظيم الخدمة الإعلانية ومنها :</u>

- القرار الجمهوري رقم ٤٨ الصادر في ٦ يناير عام ١٩٦٣ ويختص بتنظيم المؤسسة المصرية العامة للسينما والإذاعة والتليفزيون حيث نص القرار في مادته الثالثة بند ٨ علي أن من أغراض المؤسسة إذاعة

الإعلانات التجارية بالإذاعة وكذلك التلفزيون الذي كان يقدم الإعلانـــات منذ أول أغسطس عام ١٩٦٠.

- القرار الجمهوري رقم ٢٦٥ لسنة ١٩٦٧ الذي ألغي اختصاص المؤسسة في مباشرة الإعلانات التجارية وعهد بهذا الإشراف إلي الهيئة العامـــة لإذاعة الجمهورية العربية المتحدة وذلك اعتبارا من أول يونيـــو عـــام ١٩٦٨.
- قرار رئيس مجلس السياسة التجارية رقم ٣١٧ لعام ١٩٧٩ ويخـــتص بإنشاء جهاز الإعلانات التجارية بهيئة الإذاعة يخـــتص بتلقـــي وتنفيـــذ ومتابعة الإعلانات التجارية الواردة من وكالات الإعلان المتعاقد معها.
- القرارات رقم ٦،٥،٤،٣ والتي صدرت في ٣ مايو عان ١٩٧٧ وتقضي بإعادة تنظيم قطاعات اتحاد الإذاعة والتليفزيون – الذي كان قد صـــدر قرار بإنشائه عام ١٩٧٠فنظم القرار رقم ٣ لعام ١٩٧٧ قطاع الإذاعـــة والقرار رقم ٦ لنفس العام قطاع الشئون المالية والاقتصادية الذي تحـــدد نشاطه في مجالين أساسيين ترتبط إحدهما بمباشرة الخدمـــة الإعلانيـــة وتنظيمها المتعلق بالنشاط الاقتصادي للقطاع والـــذي يقـــضي بتنميـــة وتنشيط الموارد المختلفة للاتحاد عن طريق مباشـــرة بـــرامج الإذاعـــة والتليفزيون والإعلانات التجارية.

تحديد موقف الإعلان من مصادر تمويل الإذاعة المصرية :

صدر أول قرار تنظيمي بشأن تمويل الخدمات الإذاعية عـــام ١٩٥٩ وقد أضاف هذا القرار الإعلانات التجارية كمصدر من مصادر التمويل وذلك وفقا للنظام الذي يقرره مجلس الإدارة وقد استمر هذا النظـــام المتعـــدد فـــي التمويل ليشارك الإعلان المصادر الأخر في توفير إيرادات لهيئـــة الإذاعـــة وقد تحددت هذه المصادر وفقا لقـــانون رقـــم ٧٧ فـــي رســـوم الـــرخص والإعلانات التجارية بالإضافة إلي تحديد رســـوم علـــي اســـتهلاك التيـــار الكهربائي عن كل وحدة كيلو وات ساعة في دائـــرة محـــافظتي القـــاهرة والإسكندرية ومدينة الجيزة وسائر أنحاء الجمهورية.

ثم حددت المادة ٢٣ من قانون ٦٢ لعام ١٩٧٠ – بشأن تنظيم اتحـــاد

الإذاعة والتلفزيون – موارد الاتحاد في حصيلة الرسوم المفروضة علي أجهزة الاستقبال الإذاعي والتلفزيوني والاعتمادات التي تخصصها الدولة وفي مقدمتها الإعلانات التجارية.

ثم حدد القانون رقم ١٣ لعام ١٩٧٩ – والمنظم لاتحاد الإذاعة والتليفزيون – النظام المالي الخاص بقطاعات الاتحاد علي أن يكون للاتحاد موازنة مستقلة تصدر بقرار رئيس الجمهورية ويراعي في وضعها القواعد المتبعة في إدارة المشروعات الاقتصادية وحددت المادة العشرون من هذا القانون إيرادات الاتحاد وهي الإيرادات نفسها التي نص عليها قانون ٦٣ لهام ١٩٧٠ وهو ما استمر تطبيقه بعد ذلك.

قواعد ومبادئ الإعلان الإذاعي الفعال :

هناك مجموعة من القواعد التي يجب مراعتها في الإعلان الإذاعي حتي يصبح فعالا وهي :

١- البساطة في العرض والتعبير من أهم مبادئ الإعلان الإذاعي.
٢- الإفادة من فكرة العرض بمعني عرض السلعة أو الخدمة في الاستخدام أو مقارنتها بالسلع والخدمات الأخرى المنافسة.
٣- عدم استخدام أسلوب الترفيه والفكاهة إلا عند الحاجة.
٤- التأكيد علي إضافة لمسه من الواقعية علي الإعلان الإذاعي.
٥- إن الإعلان الإذاعي الناجح أو الفعال لابد وأن يعتمد علي عدة عناصر فنية فهي يضفي عليها المزيد من الواقعية استخدام الموسيقي والألحان التي تدعمها وتقويها.
٦- حسن اختيار وقت عرض الإعلان الإذاعي مع دقة اختيار المادة الإذاعية التي يعرض من خلالها الإعلان من أهم شروط نجاح الإعلان الإذاعي وجعله فعالا.
٧- عدم تضليل المستمعين أو المبالغة عند الإعلان عن السلع أو الخدمات ومراعاة اهتمامات واحتياجات جماهير المستمعين وأن تكون السلع أو الخدمة المعلن عنها ذات حقيقة للمستهلك المرتقب.
٨- يحظر تقديم الإعلانات التي تتعرض أو تشير إلي بعض المسائل أو

القضايا الطبية، مثل الضعف الجنسي، الأمراض التناسلية، الشيخوخة المبكرة،والعقم والأمراض الخاصة بالسيدات أو الإشارة إلي الأدوية التي من شأنها إنقاص الوزن أو التحكم فيه إلا بترخيص من وزارة الصحة.

٩- أن يعتمد الإعلان الإذاعي علي عنصر الإيحاء للمشاهد بحيث يحس بأن السلعة أو الخدمة المعلن عنها ستفيده كثيرا وأنه يحسن به أن يقوم بشرائها ولكي يصل الإعلان الإذاعي إلي ذلك فإنه يخاطب عقل المستهلك ومشاعره ويعمل علي التأثير فيها إلي أقصي درجة ممكنة بحيث يتحقق الهدف النهائي وهو بيع السلعة أو الترويج للخدمة.

١٠- أن تكون السلعة أو الخدمة موضوع الإعلان الإذاعي جيدة بمعني أن تتوفر فيها عوامل الجودة سواء من حيث خصائصها أو تكوينها أو شكلها أو تركيبها أو ألوانها أو سهولة استعمالها أو سعرها.

١١- يجب ألا يتعرض الإعلان أل إذاعي للمنافسة غير المشروعة بالنسبة للسلع المماثلة أو المشابهة وألا يتناول الإعلان المسائل الدينية أو الأشياء المقدسة أو المسائل السياسية أو ما يتعارض مع النظام العام والآداب طبقا للائحة أخلاقيات وقواعد العمل الإذاعي.

١٢- أن يكون الإعلان صادقا وأن يحقق مصلحة المعلن بأن يدار بطريقة اقتصادية أي يحقق أكبر قدر من الكفاية بأقل مجهود ممكن وفي وقت أقصر وبأقل نفقات ويتحقق الغرض من إذاعته كاملا.

١٣- تدعيم الإعلان بإجراء بحوث التسويق التي تمكن من التعرف علي رغبات المستهلكين واحتياجاتهم فضلا عن ضرورة تقديم السلعة أو الخدمة الجيدة بصورة تمكنها من الحصول علي مركز ملائم يمكنه من أن يحقق الأهداف المرجوة منه.

١٤- التدقيق في عرض إعلانات عن السلع والمواد الغذائية التي تدعي احتوائها علي نسبة الفيتامينات أو الأملاح حتي لا يترك المجال مفتوحا أمام المعلنين للادعاء والمبالغة والتهويل بما يعود بالضرر علي المستهلك.

تلك مجموعة من المباديء والعوامل التي ينبغي توافرها في الإعلان الإذاعي ليكون إعلانا جيداً ومن هنا فتري أن الإذاعة المصرية أن التزام التلفزيون المصري بها سيؤدي حتما إلي زيادة فعالية الإعلان وخدمة المجتمع وإشباع حاجات أفراده النفسية والاجتماعية وبالتالي لابد وأن تخضع الإعلانات الإذاعية للرقابة قبل تقديمها من خلال الإذاعة المصرية للتعرف علي مدي صلاحيتها وأبعاد كل ما يتنافي مع قيمنا وأخلاقياتنا ونظمنا السياسية والاقتصادية والاجتماعية وعدم اللجوء كثراً للإعلانات المقدمة في الإذاعة المصرية مسايرة لقيمنا وعاداتنا وخاصة في ظل الارتفاع المتضخم والجنوني في أسعار السلع والخدمات الآن.

أهداف الإعلام الإذاعي :

أهداف الإعلان الإذاعي قد لا تختلف كثراً عن أهداف الإعلام بوجه عام وقد أسفرت نتائج العديد من الدراسات والبحوث عن مجموعة من الأهداف من أهمها :

١- خلق أو زيادة وعي المستمعين الاستهلاكي.

٢- زيادة معدلات استخدام السلعة.

٣- تغيير الاتجاهات عن استخدام السلعة.

٤- تغيير الإدراك عن أهمية خصائص وصفات الاسم التجاري.

٥- تغيير المعتقدات عن الأسماء التجارية.

٦- تدعيم الاتجاهات وتدعيم اسم الشركة.

٧- إغراء المستهلكين سواء الحاليين منهم أو المحتملين علي اتخاذ قرار بشراء السلعة.

٨- زيادة حجم مبيعات السلع والخدمات.

٩- تزايد الحركات التجارية بصفة عامة.

١٠- الحفاظ علي العادات الشرائية للمستهلكين.

١١- فتح أسواق جديدة وتنظيم المبيعات والربح.

١٢- خلق صورة ذهنية طيبة عن الماركة لدي المتلقي.

١٣- تقديم معلومات عن الصفات المميزة للسلعة.

١٤- خلق جو تنافسي أفضل للسلعة.

١٥- تصحيح انطباعات خاطئة عن السلع والخدمات أو مواجهة نقص المعلومات عنها أو عدم سلامة هذه المعلومات.

١٦- خلق ألفة بين العميل وبين السلعة أو الخدمة.

١٧- تنمية ثقة المستهلك تجاه السلعة أو الخدمة.

١٨- تحقيق توزيع علي نطاق واسع.

١٩- توجيه المستهلك لشراء السلعة أو الخدمة المعلن عنها بدلا من اتجاهه إلي شراء سلع أخري غير مميزة.

٢٠- تنمية الروح المعنوية لرجال البيع.

٢١- تحقيق الإشباع للمستهلك ومساعدة الفرد علي الاختيار بما يتفق مع ميوله ورغباته.

٢٢- تعريف المستهلك بالمنتج وخصائصه وطرق استعماله وصيانته ومجالات استخدامه.

٢٣- تعريف المستهلك بالأماكن التي تباع فيها السلعة وتقدم فيها الخدمة وأسعار بيعها.

٢٤- إبراز خصائص السلعة بالنسبة للسلع المنافسة.

٢٥- تذكير المستهلك بالسلعة وخصائصها ومزاياها بالنسبة للسلع المنافسة وأماكن بيعها وطرق استعمالها.

٢٦- الإسهام في تحقيق الربح.

٢٧- زيادة قبول المستهلك للسلعة أو الخدمة وولائه لها.

٢٨- مواجهة المنافسة التجارية أو الإعلانية من السلع أو الخدمات المنافسة.

٢٩- اجتذاب مشترين جدد وتحقيق زيادة واضحة في تسويق السلعة.

مساعدة المستهلك علي أن يكون نشطا لا سلبيا في الحلقة الاقتصادية فحتي يتخذ قرار الشراء يجب أن يحصل علي المعلومات من مصادر عديدة وأحد هذه المصادر الإعلانات الإذاعية.

القوالب الفنية للإعلانات الإذاعية :

من المعروف أن الكلمة المذاعة تدور حول العالم سبع مرات ونصف المرة في الثانية مما جعلها أقوي الوسائل الإعلامية وأشدها تأثيرا علي المستمع.... والكثير من طوائف المجتمع تحصل علي معلومات وأخبارها عن طريق الكلمة المذاعة ولهذا يستغل الإعلان هذه الظواهر فيلجأ إلي التكرار والملاحقة المنتظمتين والمستخدمتين من أجل أن يصل إلي غايته من إرشاد المستهلك إلي سلعة ما أو خلق الحاجة لديه أو تحويله إلي سلعة أخري وللإعلام الإذاعي أشكاله وقوالبه الخاصة التي تختلف عنها في وسائل الإعلان الأخرى ومن هذه القوالب الفنية :

١- الإعلان الخاطف :

وهو نص يذكر في إطار موسيقي أو غنائي في صورة شعارات ونداءات.

٢- الإعلان المباشر :

هو الذي يقرءه مذيع واحد أو مذيعة واحدة أو تبادل قراءته مذيعان أو يقرءه مذيع ومذيعة معا ويوضع عادة بين فقرتين من فقرات البرنامج.

٣- الديالوج :

بأن يجري حديث عادي بين شخصيتين لجذب انتباه المستمع ويأتي في ثنايا الحديث ذكر السلعة المعلن عنها وقد يختتم الحديث بنطق شعارات أو نداءات تمتدح السلعة أو تحث علي الشراء.

٤- البرنامج :

بأن يعد المعلن برنامجا كاملا ويشتري برنامجا معدا بالفعل يدفع كل تكاليفه ويكون البرنامج أما موسيقياً، " سيمفونية " أو مجموعة أسطوانات أو برنامج منوعاً أو علي شكل تمثيلية إذاعية أو مسرحية ويهدي المعلن البرنامج للمستمعين ولهذا يعلن عن السلعة في أول البرنامج وأخره وقد يعرض أيضا بين فقرات البرنامج أو بيت فصول التمثيلية أو المسرحية.

تحرير الإعلان الإذاعي :

عندما يشرع محرر الإعلان في كتابة الرسالة يجب أن يضع نصب عينيه بعض النقاط التي تعينه علي كتابة رسالة إعلانية يضمن بها جذب أكبر

عدد من الجمهور إلي السلعة المعلن عنها أو إلي تحويله من سلعة إلي أخري أو خلق الحاجة لدي المستمعين إلي سلعة معينة. وبـــالمران تــصبح عمليـــة ميسرة وسهلة يتقنها ويبتكر فيها الكثير وهذه النقاط هي :

١- البحث عن فكرة الإعلان :

لكل إعلان فكرة يعمل للوصول إليها ونشرها بين الناس هذه الفكـــرة تختلف من إعلان لآخر. هذه الفكرة التي تستحوذ علي المستمع وتجعله يتقبلها بسهولة ·.... وللإعلان عن نوع من الصابون مثلاً يتحتم علي المحـــرر أن يستعرض مزايا السلعة ومدي فائدتها وهل هي مثل مثيلاتها من السلع السابقة أم تختلف عنها في أشياء مثل جودة الصنف بالنسبة للخدمات المستخدمة وقلة المواد الكاوية وعدم تأثيرها علي البشرة...

٢- طريقة العرض :

فبعد أن يتم المحرر الإعلاني في استخلاص الفكرة يأتي دور إلقائهـــا علي الجمهور المستهدف وتخير الألفاظ المناسبة لنوع السلعة والأكثر تـــأثيرا في المستمع والمحققة للهدف الذي يرمي إليه الإعلان فطريقة العـــرض أمـــا تحقق أكبر فائدة للإعلان وإما أن تؤدي بحياة السلعة المعلن سلعة وذلك فلابد لاختيار الألفاظ القوية وذات الدلالة وحسن العرض فلكل سلعة كلمات مناسبة لها لا تتناسب مع غيرها من السلع الأخرى.

٣- القوالب الفنية الملائمة :

يستطيع المحرر أن يبتكر العديد من القوالب الفنية الإعلانية وذلك بأن يمزج بين قالبين أو أكثر أو بابتكار شكل خاص يختلف عن القوالب المعروفة التي تتمثل في الإعلان الخاطف – قالب المحادثـــة – والإعـــلان المباشـــر وغيرها.

٤- مكان السلعة من حيث الجدة الزمنية :

السلع ثلاثة أنواع في السوق أولها جديدة تماماً علي الجمهور المعلـــن إليه ويسعي المعلن إلي جذب أكبر عدد من المشترين لتصريفها. وفي هـــذه الحالة يتعين علي المحرر أن يذكر كل ما يتعلق بهذه السلعة ويهم الجمهـــور فمثلا يذكر فوائدها ومميزاته ومدي التوفير الذي يحققه استعمالها سواء فـــي

الوقت أو المال أو الراحة والمنفعة التي تحققها لمشتريها أي باختصار يخلق الإعلان جوا من الرغبة والتشويق والحاجة التي تشبعها لدي المجتمع.

وهناك نوع آخر من السلع وهلي السلع التي توجد في الأسـواق منـذ فترة ويعرفها الجمهور ولها مستهلكوها ولكنها في حالة تنافس مع مثيلاتهـا في الأسواق وترغب وهي في القضاء عليهم ففي هذه الحالة يوضح الإعلان الجوانب التي تتميز بها السلعة دون منافستها.

أما النوع الثالث : من السلع فهو السلعة ذات الشهرة والتي لها مكانتها في الأسواق.. فعالم اليوم كثير التغير سريع الحركة يبهره كل جديد ويجذب نظرة كل متحدث ويقدم العلم الكثير من المبتكرات والتحسينات، ولذا يجـب علي أي سلعة مهما كانت مكانتها أن تعلن من حين إلي آخر عن نفسها وذلك ليظل الجمهور يتذكرها ولا ينساها في زمن الجديد والمستحدث.

صيغ الإعلان :

هناك صيغ أساسية لتحرير الإعلان وهي كما يلي :

١- صيغة الشعار أو النداء :

وتستخدم في حالة وجود السلع أو قرب ورودها أو توافرها أو نفاذها.

٢- صيغة لوصف :

وتتناول السلعة وصفاتها وإبراز محاسنها وبيان فوائدها وامتداح مزاياها.

٣- صيغة التهويل :

وتستخدم لاسترعاء نظر المستهلك حينما يشعر المعلن أن الـصيغ الأخـري سوف تفشل في جذب انتباه الجمهور فيلجأ إلي التهويل بابتداع قصة أو سرد رواية يعمد أن تظل ماثلة في الأذهان.

٤- صيغة التذكير :

ويلجأ غليها المعلنون الذين رسخت أقدامهم في السوق واحتلت سلعتهم مكانتها لدي المستهلكين وذلك حتي تظل أسماء سلعهم تحت سـمع الجمهـور باستمرار.

٥- صيغة الحاجة :

وتستخدم لشرح الأسباب التي ينبغي من أجلها اقتنائها أو تجربة سلعة

جديدة أو تفضيل سلعة علي أخري وهذه الصيغة في الواقع لا تتلاءم بمفردها مع الإعلان عن طريق الإذاعة ولكن قد تصلح للإذاعة في حالة ازدواجها مع بعض الصيغ الأخرى.

٦- صيغة الاستمالة أو الإغراء :

وتدق علي وتر الصالح الشخصي بشكل مباشر فتسعي إلي إثارة مصلحة حيوية لدي المستمع وتقنعه بأن السلعة المعلن عنها لها اتصال مباشر بهذه المصالح لشخصية.

وتصحب هذه الصيغة عادة حجة منطقية أو بوصف يثير الحماس أو يحرك العاطفة الإنسانية أو الجنسية.

٧- الصيغة المركبة :

يلجأ المعلن إلي مزج صيغتين أو أكثر من الصيغ السابقة وهذه الصيغة هي أعلي مرحلة من مراحل فن تحرير الإعلان وتسعي إلي جذب انتباه المستمع من زحمة الإعلانات الأخرى وتحاول أن توصل إليه معلومات صالحة يبني قراره بعد اقتناعه بالحجج والبراهين فيتخذ موقفا محددا وهرع إلي التنفيذ وهذه الصيغة الأخيرة هي الصيغة الغالبة علي الإعلان حالياً وإن كان ذلك لا يعني أنها أفضل صيغة بالنسبة لكل السلع ولكل مراحل الإعلان.

والواقع أن الإعلان في الوقت الحاضر أن يجذب انتباه الجمهور من زحمة مشاغله ويعمل علي إقناعه بسرعة حتي يحفزه علي اتخاذ قرار وتنفيذه فالإعلان وحدة متكاملة من تحرير وصياغة وإلقاء وإخراج لذلك ينبغي أن يكون التعاون تاماً بين محرر الإعلان ومخرجه أو مذيعه وكذلك ينبغي أن يكون المحرر مطلعا منذ البداية علي مدة الرسالة الإعلانية والوقت المحدد لإذاعتها كي تمكنه ضبط قياس الكلمات وحسن اختيارها علي نحو يتمشي مع البرامج التي تسبقها والتي تليها.

وبعد أن ينتهي محرر الإعلان من اختيار الصيغة المناسبة ومن تحرير الرسالة الإعلانية يقوم بمراجعة عمله كله فيناقش كلماته ويستعرض عباراته ليتيقن أنه وفق في اختيار الألفاظ المناسبة وصاغها في عبارة منسقة تمتاز

بالدقة وعدم التعقيد وبالبساطة وعدم الغموض وبالوضوح وعدم الإغراق في التعميم.

والرسالة الإعلانية ينبغي أن تخرج عذبه العبارة متناسقة الجرس حلوة الواقع علي السمع متمشية مع جو الإعلان من جميع نواحيه فليس من المستحب أن تأتي ببيت من الشعر لامريء القيس مثلاً للإعلان عن نوع جديد من طلاء أحذية أو أن تستخدم كلمات سوقية للإعلان عن المجوهرات فالمجوهرات من السلع الأنيقة التي لابد أن يتوافر في مقتنيها الذوق الرفيع ولكل مقال مقام كما يقولون....

ونستطيع في نهاية الحديث عن التحرير أن نجمل بعض الأشياء اللازمة لكي يصبح الإعلان فعالا وهي :

١- أن يبلغ الإعلان آذان جمهور عملاء السلعة المعلن عنها
٢- أن يكون واضحا سهلا مفهوما للغالبية الساحقة
٣- أن يعرض بطريقة تضمن ثباته في الذاكرة
٤- أن يذاع بقوة ومهارة وتشويق يحمل المستمع علي اتخاذ خطوة فعالة لشراء السلعة.

وباختصار ينبغي أن تحقق في صيغة الإعلان الناجح عند تحريره مسائل أربعه هامة هي :

- جذب الانتباه
- وفره التبليغ
- شدة التأثير
- فاعلية التحفيز.

أنواع الإعلانات :

لعل أفضل تقسيم هذا التقسيم المعتمد علي مجموعة من المعايير والتصنيفات التي يمكن الاعتماد عليها في تحديد النوعيات المختلفة للإعلان وهي :

أولا : حسب الهدف من الإعلان :

وبمكن تصنيف الإعانات حسب الهدف من الإعلان إلي ما يلي :

١- الإعلان الأولي primary demand ad

هذا النوع من الإعلانات يهدف إلي ترويج مفهوم سلعي معين بغض

النظر عن الماركات المختلفة أي يهدف إلي شيء أوسع وأكبر مساحة ويكون – عادة – عندما تكون السلعة جديدة في الأسواق والأمثلة علي ذلك كثيرة كالجملة الإعلانية التي قام بها اتحاد تجار الشاي في وقت من الأوقات لترويج شرب الشاي لذلك كان شعار الحملة (الشاي منعش) بعيداً عن ذكر أي ماركة من ماركات إنتاج أو بيع مادة الشاي.

٢- الإعلان الاختياري : selective demandad

هذا النوع من الإعلانات يهدف إلي تنشيط الطلب الثانوي أو الاختياري علي السلعة ويستهدف إبراز أفضلية ماركة تجارية معينة علي ماركة أخري.

٣- الإعلان عن اسم المنظمة itutional ad

قد يكون الهدف من الإعلان هو ترويج فكرة المشروع أو تثبيت اسمه في أذهان الناس كالإعلانات التي ينشرها بنك مصر ويذكر فيها " بنك مصر – دعامة الاقتصاد المصري " فقط أو الإعلان الذي ينشره البنك الأهلي المصري – ولا يذكر فيه شيء سوي صورة مبني البنك تلك الإعلانات يطلق عليها اسم لإعلانات مؤسسات.

<u>ثانيا : تقسيم الإعلان حسب النطاق الجغرافي :</u>

يختلف الإعلان حسب النطاق الجغرافي الذي يغطيه ويمكن في هذا الصدد التمييز بين الأنواع التالية :-

١- إعلان دولي international ad.

أي الإعلان عن سلعة عبر الحدود كإعلانات كوكاكولا والمنتجات العالمية الأخري مثل السيارات – الساعات........الخ

٢- إعلان قومي national ad

خاص بجميع أنحاء الوطن بشكل عام

٣- الإعلان محلي local ad

أي خاص ببيئة محلية معينة.

<u>ثالثا تقسيم الإعلان حسب الجمهور المستهدف :</u>

ويمكن تقسيم الإعلان حسب الجمهور المستهدف إلي ما يلي :

١- الإعلان الاستهلاكي consumer A dvertuising

حيث يتم بث هذا النوع إلي المستهلك النهائي " الأخير " لدفعه للاستجابة والاقتناع باقتناء السلع المعلن عنها خلال إثارة الدوافع الظاهرية والباطنية التي تحرك سلوكه.

٢- الإعلان الصناعي

يهدف إلي الإعلان عن سلع أو خدمات لمنشآت أعمال أخري تستخدمها عمليات إنتاج أو توزيع سلع وخدمات والواقع أن البيع الشخصي يفوق أهمية الإعلان الصناعي.

يلعب إلي الإعلان في هذه الحالة دور مساعد لرجال البيع في إتمام الصفقة ويركز علي الخدمات المقدمة ومستوي الجودة والمتانة.

٣- الإعلان التجاري

هذا النوع من الإعلان يتعلق بالسلع التي تباع إلي المشترين الذين يكون هدف شرائهم هو بيعها مرة أخرى بواسطتهم لغرض المتاجرة بها وتحقيق الأرباح ويحتاجون إلي الرسالة الإعلانية التي توفر لهم المعلومات التي يحتاجونها عن السلع التي يتاجرون بها ويستخدم هذا النوع من الإعلان البريد المباشر والمجلات المتخصصة.

٤- الإعلان المهني :

هذا النوع من الإعلان يوجه إلي المهنيين كالأطباء والمهندسين.

رابعا :تقسيم الإعلان حسب الوسيلة الإعلانية المستخدمة :

طالما أن المعلن يستخدم وسائل متعددة متباينة في التأثير علي المستهلكين لتوصيل المعلومات إلي فئة معينة من المستهلكين يمكن تقسيم الإعلان إلي الأنواع الآتية :

- الإعلان في الصحف والمجلات.
- الإعلان في المجالات العامة والمتخصصة.
- الإعلان في الكتيبات والكتالوجات.
- الإعلان في وسائل المواصلات.
- الإعلان في الراديو.

- الإعلان في التليفزيون.
- الإعلان في دور السينما.
- الإعلان في نوافذ العرض.
- الملصقات – اللافتات.

خامسا الإعلان حسب نوع المعلن :

يمكن تقسيم الإعانات حسب نوع المعلن إلي ما يلي :

١- إعلان فردي للشركة individual ad

وذلك عن طريق قيام المعلن بشراء وقت الإعلان عن منتجاته حيث يتم توزيع ذلك الوقت علي عدد من الإعلانات لنفس السلعة علي مدار فترة الإرسال.

٢- إعلان تعاوني Cooperative ad

حيث تقوم مجموعة من الشركات في نفس المستوي في المنفذ التوزيعي بالتعاون في تقديم الإعلانات للمستهلكين والمشاركة في التكاليف وعادة يكون الهدف منها محاولة استهلاك الطلب علي هذا النوع من المنتجات وليس الأسماء التجارية.(الإعلان الدولي) أو قد يكون الهدف منه تنشيط الطلب علي سلعة معينة مثل الإعلان علي نوع معين من المنظفات وربطة بنوع معين من الغسالات أو عدة أنواع.

الاعتبارات التي يراعيها كاتب الإعلان للراديو :

يراعي كاتب الإعلان للراديو الاعتبارات التالية أهمها :

١- اكتب الإعلان لجمهور مكون من شخص واحد :

بالرغم من أن الراديو وسيلة موجهة لقطاعات عريضة من الجماهير إلا أن هذه الجماهير مكونة من قطاعات ومن أفراد وغالبا ما يتم استقبال البرامج الإذاعية من خلال شخص واحد أو شخصين بشكل منعزل وإذا كانت الكتابة للراديو بوجه عام لابد أن تتناسب مع مستوي ذكاء منخفض حتي تصل إلي أكبر عدد من الجمهور إلا أنها في حالة الرسالة الإعلانية يجب أن تصمم لتناسب وتقنع الأشخاص الذين يمثلون القطاع المستهدف للإعلان

والقطاع المستهدف هو جمهور خاص يمكن تحديده وفصله عن الجمهور العام حتي يتحقق هدف الإعلان وبعد التعرف علي القطاع المستهدف للإعلان يتم التوجه إليه.بأسلوب حميم من خلال الكلمات والأفكار التي تتيح الألفة مع الجمهور المستهدف أما حينما يخاطب الإعلان مستويات أقل من الجمهور المستهدف فقط يؤدي ذلك إلي أن يفقد الإعلان جاذبيته لدى القطاع المستهدف وفى نفس الوقت إذا كانت لغة الإعلان أعلي فى مستواها من الجمهور المستهدف فسيكون النتيجة عدم التجاوب مع الإعلان ·

٢- ادفع جمهورك نحو التصرف :

لابد أن يتأكد الكاتب أن نهاية الإعلان لن تجعل المستمع في نفس موقف ما قبل الاستماع فالغرض لنهائي من الإعلان هو إمداد المستمع بخط واضح ومفهوم ومحدد للتصرف واتخاذ الفعل ويمكن أن يكون هذا التصرف من خلال الدعوة لشراء سلعة أو الإقبال علي خدمة أو التوقف عن التدخين، زيارة عيادة طبية، عمل مكالمة تليفونية، التوجه لزيارة مكان ما ومهما كانت الرسالة الإعلانية فلابد أن تدفع المستمع للقيام بعمل ما.

٣- اقرأ نسخة الإعلان بصوت مرتفع :

لابد أن يختبر الكاتب جرس الكلمات ويتأكد من قصر الجمل ووضوح العبارات وسهولة انسياب الكلام كما يتقمص الكاتب شخصية الجمهور المستهدف حتي يدرك واقع الرسالة الإعلانية علي المستمع ومدي تحقيقها للألفة والجاذبية ومدي سلاسة الأفكار وبعد إجراء التعديلات اللازمة يصبح النص قابلًا للإنتاج.

٤- التأكيد علي الحقائق الواقعية :

وبعد الانتهاء من إعداد نسخة الإعلان لابد أن يتأكد الكاتب من أن الإعلان يخاطب حقائق واقعية وليست خيالية فبعض الكتاب يضعون أحيانا في نص الإعلان بعض العبارات التي لا تحدث من الناس عبر التليفون لذلك فإن أفضل أنواع الإعلان هو ما يعتمد علي ذكر الحقائق ويتجنب المبالغات فإذا ما استعرض المعلن المزايا الحقيقية للمستمع بصدق وواقعية واستطاع

أن يعكس هذه المزايا في الإعلان فإن هذا يتيح إعلانا ناجحاً في الراديو.
٥- حذر المغالاة في الإنتاج : Overproduction

يقصد بالمغالاة في الإنتاج التأكيد الزاد علي استخدام النواحي التقنية لتنفيذ المحتوي الإعلامي للإعلان لجذب انتباه المستمع فمن الوسائل التقنية المستخدمة في الإعلانات الإذاعية الموسيقى والمؤثرات الصوتية والمواقف الدرامية ويجب ألا تطغي هذه العناصر علي محتوي الإعلان فهي أدوات تستخدم لجذب الانتباه وإثارة الاهتمام ولكن المغالاة في استخدمها يفرغ الرسالة من محتوها المقصود فعلي سبيل المثال صوت سيارة النجدة أو صوت بكاء الطفل من العناصر التي تجذب الانتباه بشرط ألا تستغرق وقتا أطول من اللازم حتي لا يكون ذلك علي حساب المادة الإعلامية للإعلان.

٦- عدم الإقلال من قيمة الراديو في الإعلان :

بالرغم من أن الراديو يعتمد علي الصوت فقط إلا أنه يتيح لكاتب الإعلانات أقصي قدر من الحرية والانطلاق والخيال فهو يستطيع أن يعكس الحياة من خلال محادثات الناس ضحك الأطفال والازدحام ومن السهل أن يخلق الضحك والدموع والأمانة والغضب ويركز علي عرض الحقائق الواقعية وهو أكثر وسائل الإعلان انتشارا وأيسرها استخداما وأقلها تكلفة ومن السهل قياس نتائجه وردوده فضلا عن إقناعه المنطقي وتأثيره الوجداني وقد أثبتت بعد الدراسات أن إعلانات الراديو تحقق استجابات أفضل من الإعلانات التلفزيون وبالنسبة لنفس السلعة قد أشارت الدراسات إلي أن تقدم الإعلان لسلعة ما في الراديو يساعد علي زيادة استجابة لنفس السلعة عند الإعلان عنها في التلفزيون فقط.

<u>القواعد المنظمة للوظيفة الإعلانية في الإذاعة :</u>

حرصت الإذاعة منذ بداية إدخال الخدمة الإعلانية علي وضع ضوابط وقواعد لها حفاظا علي وظيفة الإذاعة كمرفق حيوي عام يستهدف تثقيف الجماهير وبث المواد الترفيهية فنص في الملحق رقم (١) من العقد المبرم بين هيئة الإذاعة وشركة الإعلانات المصرية علي صورة استبعاد الإعلانات التي تمس عادات وتقاليد المجتمع الاجتماعية أو الدينية كالإعلانات عن

الخمور أو النوادي الليلية أو نوادي القمار.

كما نص العقد علي اعتبار سعر الخمسة جنيهات – وهو السعر الذي حدد للدقيقة الواحدة من الإعلان في بداية ظهور هذه الخدمة في إذاعة الشعب عام ١٩٦٠ – وهو سعر خاص بين الشركة والإذاعة أما بين الشركة والجمهور فتتقاضي الأولي أجراً أعلي لتغطية نفقاتها وتحصل علي أرباح معقولة كما نص العقد علي أن يتحمل المعلن التكاليف الفعلية لاعداد البرامج في حالة إذاعة برامج إعلانية.

وبذلك فإن هذه القواعد يتعلق بعضها بالمضمون الإعلاني ويتعلق بعضها الآخر بشكل التعامل مع الجهة المعلنة أو من ينوب عنها كما أنها تستهدف فرض نوع من الرقابة علي الإعلانات لاستبعاد ما هو مخالف للآداب والأخلاقيات المتعارف عليها أو ما يتعارض مع النظم السياسية والاقتصادية للدولة بل أن بعض الأجهزة المسئولة تتدخل أحيانا لإيقاف الإعلانات عن السلع غير المتوافرة في السوق أو لمنع الإعلان عن بعض المنتجات كما حدث بالنسبة لإعلانات السجائر التي صدر قرار بإيقافها في إذاعة والتليفزيون اعتباراً من ٧ نوفمبر عام ١٩٧٧ م وقد قامت هيئة الإذاعة – منذ أن أبرمت عقدها مع شركة الإعلانات المصرية بشأن تقديم الإعلانات التجارية عام ١٩٦٠ م – بتحديد الضوابط التي تحكم الإعلانات وهي ضوابط خاصة بتعامل المعلن مع الإذاعة من جهة المعلن مع الوكالة من جهة وتعامل أخري :

<u>أ – شروط تعاقد المعلن مع الإذاعة :</u>

١- ألا يحتوي الإعلان علي أية إشارة بأن الشيء المعلن عنه يشفي الأمراض أو عوارضها أي أن يبعد الإعلان عن المبالغات والمعلومات المضللة.

٢- ألا يتعارض الإعلان للمنافسة غير المشروعة

٣- ألا يتعرض الإعلان للمسائل الدينية أو السياسية أو ما يتعارض مع النظام العام أو الآداب العامة.

٤- أن يقدم المعلن لهيئة الإذاعة تفاصيل عن محتوي الإعلان

ومضمونه.

٥-عدم استغلال سذاجة الأطفال عن بعض السلع والخدمات ومنها المقرضون ومتعهد ونقل الموتي – تعاطي الخمور.

٦-لا يجوز الإعلان عن اكثر من سلعة أو خدمة في برنامج إعلاني واحد.

٧-أي تعديل في محتوي النصوص الإعلانية يخطر به الملعن علي أن يقوم بهذا التعديل في مدة لا تزيد عن ثمانية أسابيع من تاريخ إخطاره بها.

٨- أما جداول البرامج الإذاعية التي يتفق عليها بين المعلن والهيئة والتي تدرج بينها أو خلال الإعلانات فيجب أن يتم الاتفاق عليها بمدة لا تقل عن ثلاثة أسابيع كاملة أو كانت قبل التاريخ المحدد لأول إذاعة وإلا فانه يحقق للهيئة تأجيل تاريخ بدء أول إذاعة لمدة أسبوع أو أكثر حسبما يقتضيه العمل في البرنامج الإذاعي.

٩- يقبل الإعلان المباشر وفقا لبعض الأسس والقواعد منها :- إذا كان إجمالي وقت الإعلان ١٥ ثانية فان مدة الرسالة الإعلانية التى تذاع بصوت واحد وتبدء وتنتهى بنغم مميز- يحدد لها ١٢ ثانية والمدة الباقية للنغم المصاحب لها أما إذا كانت مدة الإعلان ٣٠ ثانية فأن الرسالة الإعلانية تستغرق ١٥ ثانية و ٢٠ ثانية للإعلان الذي مدته ٦٠ ثانية .

١٠- لا تقبل أ ي تسجيلات إذاعية غير مسجلة باستديوهات الإذاعة حفاظا على الجودة الصوتية كما يجب أن يتم التسجيل بموافقة الإذاعة وفي حالة رغبة المعلن في اختيار صوت خاص يجب أن يبين ذلك ويتحمل التكاليف الزائدة.

ب- شروط تعاقد المعلن مع الوكاله :

١- تنص بنود هذا التعاقد علي أن يتفق المعلن مع الوكالة علي نص الإعلان لكل وحدة إذاعية بما لا يقل عن أربعة أسابيع قبل التاريخ المحدد لأول إذاعة وجميع النصوص الإعلانية يجب عرضها علي الوكالة للموافقة عليها بمدة لا تقل عن ثلاثة أسابيع كاملة قبل تاريخ إذاعة الإعلان كما يجب علي المعلن تقديم الموافقة كتابة علي النصوص وإلا ألغيت إذاعتها بخلاف النصوص التي يجب عرضها

علي وزارة الصحة أو أية جهة حكومية أو رقابية لمراجعاتها.

٢- يسري مفعول العقد المبرم بين الوكالة والمعلن لمدة عام واحد من تاريخ موافقة الوكالة عليه وإذا فرض إجراء بعض التغيرات كطلب المعلن ووافقت عليها الوكالة فان هذه التغيرات تكون سارية المفعول فقط في حدود الفترة التي يحددها العقد ولا يمكن امتداد المدة بعد ذلك.

٣- يكون الدفع مقدما وذلك حفاظا علي قيمة العقد وعلي المعلن الموافقة علي سدادها سواء استعمل المدة المخصصة لإعلانه الإذاعي أم لا. كما هو مبين من نصوص العقد كما انه ليس من حق المعلن الحق باسترجاع قيمة المدد التي لم يستخدمها لأي سبب من جانبه.

٤- جميع النصوص والمؤثرات الصوتية والمسجلة للنص الإعلاني لا يسدد عليها المعلن حقوق التأليف أو التلحين وذلك بإشراف الوكالة الإذاعة وإذا ظهرت أي اعتراضات بخصوص النص أو الموسيقى يتحمل المعلن مسئولية إنهائها ويتحمل كل الضرائب الحالية والمستقبلية الخاصة بهذا العقد.

٥- وإذا احتج المعلن في أي وقت من الأوقات بأن إعلاناته لا تذع فاعتراضاته يجب أن تعرض علي قسم المراقبة بالوكالة لإبداء الرأي فيها بالإضافة إلي أن الوكالة تحتفظ بشريط مسجل لكل الإذاعات الإعلانية.

٦- وإذا ما أسفرت المراجعة وتقارير قسم المراجعة بالوكالة عن وجود أي نقص أو خطأ في الإعلان فان الوكالة توافق في هذه الحالة علي تخصيص قيمة المدد المفترض عليها بنسبة الوحدة الإذاعية كما يوافق المعلن علي أنه ليس له الحق في المطالبة بأي تعويض عن خسارته في هذه المادة.

٧- لا تعتبر الوكالة مسئولة عن عدم تنفيذ هذا العقد كليا أو جزئيا في حالات الظروف القاهرة أو الاضطرابات أو الكوارث أو وضع قوانين جديدة والمسئولية الوحيدة التي تقع في هذه الحالة علي عاتق الوكالة تتحدد في رد المبالغ المحصلة مقدما لهذه الإعلانات الإذاعية مع عدم

المطالبة بأي تعويضات أو فوائد.

٨- أما إذا توقفت المحطة الإذاعية المتفق عليها في العقد لحدوث خطأ أو للتصليح فإن هذا العقد يمتد تلقائيا ليشمل المدة التي استغرقها التصليح وذلك بدون الإخلال ببنود العقد وفي حالة إغلاق المحطة نهائيا فإن الوكالة عليها أن تعيد للمعلن قيمة الإذاعات التي لم يتم تنفيذها والتي كانت قد دفعت مقدما.

٩- يحق للمعلن أن يستفيد من السعر المنخفض لجدول السعار الذي تحده الهيئة إذا طلب زيادة كمية الإعلانات المتفق عليها وذلك في نفس مدة التعاقد وفي هذه الحالة فإن المبالغ التي كانت تغطي قيمة العقد الأصلي ستعتبر جزءا من قيمة العقد الجديد ويجب علي المعلن أن يسدد باقي القيمة الجديدة المتفق عليها مقدما عند توقيع الجزء الإضافي لهذا العقد.

١٠- إن لكل من الإذاعة والوكالة الرأي النهائي بخصوص الإمكانيات الفنية وأوقات إذاعة الإعلانات والموافقة علي صيغها ونصوصها واستخدام الموسيقي والمؤثرات الصوتية وطريقة الإذاعة.

١١- جميع المنازعات الناشئة عن هذا العقد بالنسبة لإنحاء القطر المصري يكون من اختصاص محكمة مصر الابتدائية بالقاهرة في محكمة عابدين الجزئية في المواد الجزئية.

جـ - شروط تعاقد الوكالة مع هيئة الإذاعة.:

أما التعاقد بين الإذاعة والوكالة التي تنوب عن المعلن فيتم عن طريق عقدين أحدهما خاص بالإعلانات المحلية ويقصد بها تلك التي تعلن عن سلع ومنتجات مصرية ١٠ % أو سلع معينة أو مجمعة بالكامل داخل جمهورية مصر العربية بتصريح من الشركة العالمية صاحبة المنتج وفي هذه الحالة يحصل الوكالة علي عمولة قدرها(٢٥%) من سعر الإعلان ويستمر العقد لمدة عام يتجدد بعدة تلقائيا أما السداد فيتم خلال شهرين من تاريخ تحرير العقد.

أما العقد الثاني فيتعلق بالإعلانات الأجنبية وتتضمن سلعا ومنتجات خارج جمهورية مصر العربية أو خدمات تابعة لشركات ومؤسسات أجنبية

وفي هذه الحالة ترتفع عمولة الوكالة لتصل إلي (٣٥ %) من قيمة الإعلانات ويستمر العقد لمدة سنة يتجدد بعدها أما السداد فيتم بعد ثلاثة أشهر من تاريخ تحرير العقد

وتحصل بعض الإعلانات علي خصم قد يصل إلـي (٥٠%) وهـي الإعلانات الخدمية ولا سيما إعلانات الكتب والمجلات والمعارض وإعلانات قطاع السينما والمسرح بالإضافة إلي حملات التوعية التـي تـذاع أحيانـا بالمجان.

وبجانب تعاقد الإذاعة مع الوكالة يوجد تعاقد مباشر بدون وساطة أي وكالة إعلانية أي بين المعلن والجهة الإعلانية المختصة مباشرة وتتمثل هذه الإعلانات في حملات التوعية كتنظيم الأسـرة وحمـلات التطعـيم ضـد الأمراض حيث يتم التعاقد عليهـا مباشـرة مـع قطـاع الـشئون الماليـة والاقتصادية دون وساطة وكالة إعلانية.

أشكال الإعلانات الإذاعية :

وهناك تصنيفات عديدة لأنواع الإعلانات الإذاعية وضعها " رو برت هليارد " و " ريتشارد أسبينول " و " راليف جينز " و " بيتر أورليك " ومن خلال استقراء هذه التصنيفات المختلفة يمكن القول أن جميع إعلانات الراديو تندرج تحت شكل أو آخر من الأشكال التالية :

١- <u>الإعلان المباشر</u> Straight Commercial

وهو الإعلان الواقعي المركز الذي يقدم الرسالة الصريحة وفي هـذا الإعلان يقوم صوت واحد فقط بتقديم الرسالة الإعلانية بدون الاستعانة بأي عناصر صوتية مما يتيحها الراديو ويكون الإعلان مكتوبا في شـكل نـص " Scribt " يصلح لتقديمه من جانب مذيع المحطة وهو يسمي إعلان صـريح لأنه لا يستعين بوسائل مساعدة مثل الموسيقي والمؤثرات الصوتية ويعتمـد هذا الإعلان علي استخدام اللغة البسيطة المباشرة كمـا أنـه أقـل أنـواع الإعلانات من حيث التكلفة ويمكن إعداده وإذاعته بسرعة كبيرة كما يمكن أن يقدم هذا النوع من الإعلانات علي الهواء مباشرة ويتطلب لـذلك شخـصية

صوتية جذابة ولها تأثيرها علي الجمهور.

٢- الإعلان متعدد الأصوات Multivoiced Commercial

يشتق هذا النوع من الإعلانات المباشرة حيث يتجه الكلام في كلا النوعين إلي المستمع مباشرة ولكن في هذا النوع يكون هناك صوتين أو أكثر لتقديم السلعة أو الخدمة الإعلانية واستخدام اكثر من صوت يتيح التنوع خاصة في الإعلانات التي تتطلب معلومات متخصصة أو نوعية. ويحقق هذا النوع جاذبية أكبر من الإعلان المباشر وقد يستخدم هذا النوع من الإعلانات الاستشهاد بآراء بعض المواطنين عن جودة السلعة أو الخدمة Testimonial عن طريق تسجيل هذه الأصوات المستشهد بها ويمكن أن يقدم هذا الشكلي علي الهواء مباشرة من الاستديو.

٣- الإعلان الحواري Dialogue Commercial

يتضمن هذا النوع من الإعلانات مجموعة أصوات تتحدث مع بعضها بدلا من أن تتحدث للمستمع ولابد أن يبدو الحوار طبيعيا وسلساً ومقنعا للمستمع. ويستهدف هذا الإعلان إظهار محاسن السلعة أو الخدمة من خلال طرح أمثلة تجريبية بين شخصين أو أكثر وتقوم هذه الشخصيات بمناقشة مزايا السلعة وفوائدها للمستمع.

كذلك يمكن تنفيذ الإعلان الحواري عند تنفيذ مقابلات إذاعية من مواقع الأحداث مع عميل حقيقي أو عملاء حقيقين أو مع مؤديين يقومون بدور العملاء بشرط أن يتضمن كل إبقاء معلومة أو إضافة للإعلان وأحيانا يتم تنفيذ الإعلان الحواري بعمل مقابلة مع المعلن أو الممول نفسه.

٤- الإعلان الدرامي : Dramatized Commercial

يستخدم هذا الإعلان تقنية الحوار بالإضافة إلي العناصر الدرامية الأخرى مثل الموسيقي والمؤثرات الصوتية وهذا النوع بالطبع أكثر تكلفة وأكثر تعقيدا ولكن تأثيره أكبر علي المستمع في الترويج للسلعة أو الخدمة.

وهناك إعلانات درامية تعتمد علي إبراز الحدث الصاعد الذي ينشأ من وجود موقف يتطور إلي أن يصل لمرحلة الذروة ويطلق عليه " Punch-Line " وهو نوع جذاب من الإعلانات ولكنه يفقد أهميته بعد فترة محدودة

وهناك أيضا الإعلان المرتجل Improvisation Commercial ويعتمد هذا النوع علي إدخال شخصية أو أكثر إلي الاستديو لارتجال موقف درامي أو فكرة عامة ويتم تسجيل هذا الحوار الارتجالي وبعد عدة تسجيلات يمكن الخروج بأجزاء تصلح لتنفيذها في الإعلانات.

٥- إعلانات الصورة الذهنية Image commercials

تعتمد هذه الإعلانات علي استخدام مؤثرات صوتية لإشباح أو عملا ق بهدف خلق صورة ذهنية لدي المستمع بحيث تصاحب المعلومات التي يحتويها الإعلان ويمكن أن تستخدم هذه الإعلانات الصوت الإلكتروني الموسيقي Electornice sound الذي يبني صورة ذهنية للحدث ويعطي للإعلان نكهة خاصة كذلك يمكن استخدام الخيال التاريخي Historical fantasy كأساس لبيع المنتج أو خلق صورة ذهنية له.

٦- تحويل الصورة الذهنية لتناسب الراديو Image Transfer

يستخدم هذا النوع من الإعلانات نفس الفكرة أو الموضوع الذي سبق اتباعه في وسائل الإعلام الأخرى مثل الصحف والمجلات والتليفزيون والسينما والملصقات لخلق صور ذهنية تناسب الراديو فالراديو يقوم بتنفيذ نفس فكرة الإعلان بعد أن يعدلها بما يناسب الوسيلة الصوتية فقط وخاصة إذا كانت فكرة الإعلان تنفذ ضمن حملة قومية.

٧- الإعلان الفكاهي Humor commercial

يعتمد هذا الشكل علي ابتكار موقف فكاهي أو مرح أو سخيف Ridiculous situation ويتم توجيه الرسالة الإعلانية من خلاله.

وهنا يجب ملاحظة أن زيادة أو الإقلال من عنصر المرح يتوقف علي سياسة محطة الراديو وعلي طبيعة الجمهور أيضا... وعند إنتاج الإعلانات الفكاهية لابد من التأكد من أن الإضحاك سوف يساعد علي ترويج المبيعات حيث يأتي البيع في المرتبة الأولي والإضحاك في المرتبة التالية.

٨- الإعلان السريع : Ouickie commercial

يستخدم هذا المصطلح للإشارة إلي الإعلانات القصيرة السريعة ذات العشر أو الخمس عشرة ثانية، وتقدم أفكارا مختلفة عن نفس السلعة أو

الخدمة ويتم تكرارها عدة مرات خلال اليوم حتي يمكن تذكرها وحتي يظل تأثير الإعلان في وعي المستمع ويطلق علي هذه الإعلانات أيضا pop-in Commercial.

٩- الإعلان الموسيقي أو الغنائي : Musicial Commercial

تستطيع الموسيقي أن تعبر عن الحدث بقوة أكبر من عناصر الصوت الأخري وتستخدم الموسيقي في الإعلان بعدة أشكال :

١- عند التركيز علي النقطة الأساسية في الإعلان أو الشعار الإعلاني.
٢- تستخدم كخلفية مساعدة للإعلان ككل.
٣- تستخدم كمؤثر صوتي أو للإيحاء بالجو العام للإعلان.

والشكل الأول يركز علي فجوي الإعلان أو الفكرة الأساسية مثل (إن آجلا أو عاجلا سوف تشتري " جنرال ") والشكل الثاني يساعد علي الإيحاء والشكل الثالث يساعد علي إبراز المكان والديكور والمزاج العام.

١٠- دمج الإعلان ضمن أحد البرامج integrated Commercial

هو أحد أشكال الإعلانات التي تتوحد مع مضمون البرامج مثل إعلانات الأزياء عندما يتم تقديمها ضمن برامج المرأة مثلا...ولكن المشكلة أن يبدو الإعلان وكأنه جزء من محتوي البرنامج وهذه مشكلة أخلاقية.

أساليب شراء زمن الإعلان الإذاعي :

شراء زمن الإعلان الإذاعي : Buying Radio Time

يتراوح زمن الإعلان في معظم الدول من عشر ثوان إلي دقيقة كاملة وتتحدد تكلفة الإعلان حسب الزمن وحسب عدد مرات تكراره وحسب توقيت الإذاعة خلال اليوم وحسب حجم وتكوين الجمهور المستهدف ففي بعض المجتمعات يزداد سعر الإعلان الإذاعي قبله وقت خروج الناس إلي العمل أو عودتهم من العمل كذلك الإعلانات التي تتخلل تقديم النشرات الإخبارية تكون عالية التكاليف عن إعلان يقدم أثناء عرض برنامج موسيقي مثلا لأن حجم جمهور الأخبار أكبر من حجم جمهور البرنامج الموسيقي في عدد كبير من الدول وبوجه عام كلما زادت شعبية برنامج ما وكلما زادت معدلات

الاستماع في وقت ما كلما ارتفعت تكاليف الإعلان وهناك محطات إذاعية تقدم تخفيضات علي أسعار الإعلانات إذا كانت ضمن حملة إعلانية طويلة المدي.

الأساليب الإقناعية المستخدمة في الإعلانات الإذاعية :

تستخدم الإعلانات الإذاعية أساليب اقناعية كثيرة من جانب المعلن للتأثير علي اتجاه المستهلك بشكل يتوافق مع الهدف وذلك من خلال ذكر المزايا التي تتصف بها السلعة المعلن عنها وكيفية استخدامها في أغراض مختلفة وكذلك المتعة والأمل في حياة أفضل وحب التظاهر والإعجاب بما هو جديد.

أهم هذه الوسائل التي تركز عليها الإعلانات الإذاعية :

١- الصحة والنظافة :

أن مهمة الإعلان هو الوصول إلي الجمهور المستهدف بأي شكل من الأشكال من أجل إحداث تأثير وجذب الجمهور نحو المنتج والترويج للسلعة وعليه تتمثل فكرة الإعلان في أن الطفل سوف يتمتع بحصة وحياة سعيدة هادئة إذا ما استخدم هذا المنتج الذي يوفر والصحة الشخصية والنظافة المنزلية مثل إعلانات معجون الأسنان أو شامبو الأطفال وغيرها من الإعلانات التي تتعلق بالكبار أو نظافتهم وبالتالي تدفعهم إلي شرائها رغبة في الحصول علي أسنان جيدة وحمام منعش ويمكن أن ينتج عن استخدام هذه الاستمالة تنمية الوعي الصحي وتدعيم قيمة النظافة لدي الأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة وغيرهم من الأطفال والكبار وتعتبر هذه القيمة من القيم والمهارات التي يجب أن ينشأ ويربي عليها الطفل منذ بداية حياته.

٢- دافع الطعام والشراب :

وهي ما تعرف بدوافع الجوع والعطش وترتبط ببناء الفرد من الناحية الصحية والغذائية وهذه الاستمالة فطرية ويولد بها الفرد وتلازمه حتي يفارق الحياة وتستخدمها جميع الإعلانات الاستهلاكية المتعلقة بصحة الفرد وغذائه بهدف الوصول إلي الفرد عن طريق إظهار هذه الاستمالة أو الدافع وذلك

بتوجيه الرسالة الإعلانية إليه بشكل مباشر ونري ذلك في إعلانـــات الــسلع الغذائية مثل إعلانات الأيس كريم، والشيبسي، والشيكولاته أو توجيه الرسالة الإعلانية إلي الأمهات مثل الإعلان عن الخضروات المجمدة والسمنة وكذلك المواد الغذائية الخاصة بالأطفال كالحليب والسيريلاك وغيرها.

٣- الميل إلي الاستكشاف والمعرفة :

يميل الطفل في مرحلة ما قبل المدرسة إلي استطلاع وحب الاكتشاف لكل ما هو حوله فهو يبحث عن الأخبار والمعلومات عن السلع والخـدمات التي تقوم بالتركيز علي هذه الاستمالة مثل الإعلانات التي تبين فوائد غسل الأسنان حيث يقوم بالشرح العلمي باكتشاف مادة جديدة لا يؤذي اللثة وتحافظ علي الأسنان من التسوس أو الإعلانات الغذائية مستخدمة في ذلـك أهميـة المحافظة علي الصحة واحتوائها علـي الفيتامينـات وإعلانـات مـساحيق الغسيل.. إلخ.

٤- الفكاهة :

حيث يلجأ بعض المعلنين إلي استخدام عنصر الفكاهة فـي عـرض إعلاناتهم حتي ترتبط السلعة في ذهن المستهلك بمناسبة سارة سـعيدة ممـا يجعله يشتريها دون غيرها من السلع وتؤدي إلي سهولة تذكر اسم الـسلعة عند الشراء ولكن يجب أن يراعي في مثل هذه الإعلانات الفكاهية البراعـة في العرض والتصميم حتي لا يؤدي عامل الفكاهة إلي السخرية من الـسلعة فيكون الضرر أكثر من النفع في هذه الحالة.

٥- الميل إلي التفاخر :

يميل الطفل في مرحلة ما قبل المدرسة إلي اقتناء وتملك الأشياء التـي تمكنه من التفاخر بها بين أقرانه وخاصة الجديد منها وهـذا يجعلـه يقتنـع بالإعلانات الإذاعية التي تستغل هذه الاستمالة والرغبة لديه وتأكيدها علي هذا الوتر الذي يكون عاملا مهما في ترويج السلعة للمنتج.

الآثار الإيجابية والسلبية للإعلانات الإذاعية :

أولا : الآثار الإيجابية للإعلانات الإذاعية :

١- الإعلان يغرس عند الناس عادات جديدة فان مـن نتيجـة اسـتعمالهم المتكرر للسلع المعلن عنها ينشأ عندهم عادات جديدة تزداد رسوخا كلما زاد تكرار الاستعمال مثال : تنظيف الأسنان صباحا ومساء وبالفرشاة.

٢- الإعلان ييسر علي الناس الحياة ويهيئ لهم الحصول علي السلع التـي يحتاجونها بأيسر الطرق وأرخص الأسعار.

٣- الإعلان قوة تعليمية تؤثر علي أفكار الناس وتزيد من ثقافتهم بـالاطلاع عليه أو الاستماع إليه يتعلم الناس أشياء جديدة تتعلق بتركيـب الـسلع وتكوينها وفوائدها..الخ ويستخدم الإعلان في تعليم الناس كيف يحافظون علي صحتهم ويستثمرون مدخراتهم.

٤- يساهم في زيادة الدخل القومي وبالتالي في متوسط الدخل الفردي.

٥- الإعلان يقرب بين الأمم لأنه إذا انتشر علي الصعيد الدولي عمل علـي التقريب بين الأمم المختلفة ذلك أنه ينقل عادات بعضها البعض الآخـر كما أنه ينشر أساليب الحياة الأفضل وينشر وجهات النظـر وأسـاليب التفكير....إلخ.

٦- الإعلان يساعد علي إزالة الشعور بالقلق والتوتر لأن الجمهـور أثنـاء تعرضه للرسالة الإعلامية قد يصاب بالقلق والتوتر وبالتالي لا يستوعب شيئا من الرسالة ولا يتعلم منها أي شيء وبالتالي فسوف لا يتأثر بها

٧- الإعلان يشجع علي تبادل الرأي والتشاور بين أفراد السرة لأنه يجعـل من قرار التعامل مع الخدمة قرار جماعيا.

ثانيا : الآثار السلبية للإعلانات الإذاعية :

١) الإعلان يؤدي إلي خلق تطلعات مادية كبري فبـدلا مـن أن تـصبح تطلعات الإنسان حضارية أو ثقافية نجد أن تطلعات الإنسان تحولـت إلي جهة مادية بحتة.

٢) الإعلان يدفع الناس لشراء سلع ليسوا في حاجة إليها وأنه لولا الإعلان وإلحاحه علي عقل الفرد لشراء هذه السلعة لما فكر الفرد في شـرائها علي الإطلاق.

٣) الإعلان في معظم الأحيان مضلل غالبا يؤدي إلـي خـداع وتـضليل

المستهلك حيث يقوم في أغلب الأحيان بذكر صفات السلعة ومزاياها المتعددة مما يغري المستهلك بشراء السلعة لإشباع احتياجاته.

٤) الإعلانات تهبط بالذوق العام الإعلان ليس من ضمن البرامج التي يمكن أن ترتفع بالذوق العام مثل البرامج الثقافية والموسيقية والباليه بل انه يهبط بالذوق العام من خلال تركيزه علي المناظر التي تؤذي شعور الإنسان.

٥) الوقوع في بحر الاستهلاك المظهري التفاخري.

والإعلان في الدول النامية يمثل أحد أخطر ما يواجه تلك الدول من تحديات إذا ما خضعت تلك الدول لسيطرة الإعلان وللشركات المعلنة انه يمثل دعوة صريحة لإغراق المواطنين في بحر الاستهلال التفاخري المظهري والاستهلاك الترفي بل وأخطر صور الاستهلاك وهو استهلاك سلع نحن لسنا في حاجة إليها أصلا بحيث يصبح الاستهلاك مرضا أو عادة متأصلة أو نوعا من الإدمان يصعب الفكاك منه ويتغير معه النمط الاستهلاكي والعادات الاستهلاكية لأفرد الشعب في الغذاء والملبس والمشرب والمسكن وغيرها وأحيانا كثيرة مع الثقافة القومية للشعب وما يتعارض مع التقاليد والقيم الإيجابية المتأصلة في وجدان أبنائه وللإعلان في الدول النامية آثاره السلبية الأخرى المتمثلة في عرقلة جهود التنمية حيث دعوة المواطنين إلي استهلاك سلع ينتجونها مما يتسبب عنه خلل كبير في بنية المجتمع ذاته ومنها ما يمثل استفزاز لمشاعر الأغلبية غير القادرة علي استهلاك معظم السلع المعلن عنها وما يشعر معه المواطنون بالدونية والفشل أي انهم أقل مستوي من غيرهم وانهم فاشلون لأنهم لا يستطيعون الحصول علي تلك السلع أو توفيرها لأبنائهم وأسرهم.

لذلك فلابد أن يكون الإعلان بشروط حتي يكون مقبول وهذه الشروط هي :

إن الإعلان في الراديو في الدول النامية يمكن قبوله لكن في إطار عدد من الشروط والضوابط وهي :

١- التعريف بالسلع والخدمات والمؤسسات الإنتاجية في نطاق الدولة
٢- التعريف بالسلع والخدمات والمؤسسات المنتجة علي المستوي القومي.

٣- التعريف بالسلع والخدمات التي يحتاجها المواطنون فعلا وهكذا يقوم الإعلان بدور الوسيط والتعريف بالسلعة خدمة للمنتج وإرشاد المستهلك إلي مزايا السلعة التي هو بحاجة إليها.

٤- ولابد ويقتصر الإعلان عن السلع الأجنبية علي الإعلان عن السلع والخدمات الإنتاجية التي تدخل في إطار أدوات الإنتاج والأفكار الإنتاجية والعلمية المستحدثة.

النشاط الإعلاني وإيراداته :

ونظرا لما تحققه الإعلانات من إيرادات ضخمة لكل من الراديو والتليفزيون يعمل قطاع الشئون المالية والاقتصادية علي تنشيط الإعلانات التجارية بالإذاعة والتليفزيون حيث تمثل نحو ٥٤% من قيمة الموارد المالية المستخدمة في مواجهة نفقات الاتحاد الجارية وذلك من خلال :

- تطوير شكل الاعلان علي الشاشة أخذاً في الاعتبار الضوابط الاعلانية وما يتوائم وقيم المجتمع.
- استحداث مساحات إعلانية جديدة متميزة وأشكال جديدة للإعانات.
- تنشيط الإعلانات علي القنوات الأرضية والفضائية والمتخصصة باستخدام وسائل إعلانية متقدمة.
- تجديد الموافقات الخاصة بالبرامج المتميزة
- التعاقد مع الشركات والوكالات الإعلانية لإنتاج برامج متميزة جديدة نبنظام المنتج المشارك لبث إعلاناتهم من خلالها.
- تنسيق مواعيد بث الإعلانات علي المحطات الإذاعية والقنوات التليفزيونية المختلفة ومراقبة تنفيذها.
- تنشيط التسويق الالكتروني بهدف تنمية موارد الاتحاد
- استغلال تنفيذ برامج جديدة مهداة من الشركات المتخصصة.. مثل البيت بيتك وتذكرتين سينما.
- استثمار ما ينتجه الاتحاد من أعمال درامية متميزة أو برامج متميزة إعلانيا.
- اتباع نظام الإعلانات غير المباشرة داخل البرامج المتميزة.

- الاستمرار في إيجاد رعاة لبعض المهرجانات التي ينظمها الاتحاد.

هذا وقد بلغ اجمالي الوقت المستغل إعلانياً هذا العــام حــوالي ٧٥٧ ساعة موزعة بين التليفزيون والإذاعة علي النحو التالي :

القطاع	الوقت المستغل إعلانياً		
	ث	ق	س
إعلانات تليفزيونية	٣٣	٤٨	٦٦٩
إعلانات إذاعية	٤٢	١٨	٨٧
الإجمالي	١٦	٧	٧٥٧

- كذلك إستحداث مساحات إعلانية جديدة متغيرة علــي الــشاشة أثنـــاء مباريات كرة القدم مثال " الإعلانات التخيلية " " الإعلانات الجانبيــة " أثناء توقف المباريات.
- استغلال البرامج التليفزيونية الإخبارية والسياسية المتميزة إعلانيا مثال برنامج " رئيس التحرير، اختراق ".
- جذب البرامج التليفزيونية العالمية وإذاعتها علي شاشات التليفزيــون المصري وإستغلالها إعلانياً مثال (برنامج من سيربح المليون).
- إعداد شرائح خصم محــدد،علي الإعلانـــات عــن الــسلع الأجنبيــة المستوردة تشجيعها للوكالات والمعلنين لزيادة حجم التنفيــذ الــشهري لمثل هذه الإعلانات علي شاشة التليفزيون.
- إستغلال البرامج الرياضية المتميزة إعلانياً من خلال طرحهــا علــي الوكالات الإعلانية عن طريق الممارسة المحدودة وبنظام الرعاية مثل "برنامج ستاد النيل " الذي يذاع علي شاشة قناة الثانيــة وقنـــاة النيــل للرياضة في نفس التوقيت.
- طرح إستغلال فواصل القطاع داخل الأعمال الدرامية (المسلــسلات) لاستغلالها إعلانياً في حدود (٥ثواني) لكل فاصل مقابل مبالغ متميزة.
- الإقلال من الإعلانات المجانية علي شاشة التليفزيون وتقنين الإعلانات التي تتمتع بنسب خصم عالية من خلال تحديد عدد مرات بث محـــددة لتلك الإعلانات خلال فترة محددة.

- عودة نظام الإعلانات غير المباشرة داخل البرامج وفق قواعد محددة.
- طرح واستغلال النشرات الإخبارية (الجوية، الإقتصادية، الرياضية) إعلانياً وكذا داخل أحداث ٢٤ ساعة.
- طرح نظام السياسة الإعلانية الجديدة علي كافة الوكالات لاستغلال القناتين الأولي والثانية وذلك من خلال عدة أساليب تتيح لجميع الوكالات والشركات المعلنة التعامل مع الإتحاد وذلك وفقا لشرائح خصم محددة مقابل تنفيذ إعلانات تعتمد علي القيمة المنفذة شهرياً وليس علي المدد الإعلانية.

يحدد قطاع الشئون المالية و الاقتصادية أسعار الإعلانات التجارية [المحلية – الأجنبية] فى الإذاعة على الوجه التالى :- وذلك فى عام (٢٠٠٢ / ٢٠٠٣).

قائمة أسعار إعلانات السلع المحلية

الاذاعة المدة ث	الشرق الاوسط جنيه	الشباب و الرياضة جنيه	الاسكندرية و القاهرة الكبرى جنيه	وسط الدلتا وشمال الصعيد جنيه	القناه- مطروح - الوادى الجديد- شمال وجنوب سيناء- جنوب الصعيد. جنيه	الاذاعات المتخصصة جنيه	الثقافة البرنامج الاوربى البنامج الموسيقى جنيه
١٥	٧٠	٢٥	٢٥	١٥	١٥	١٠٥	٢٥
٣٠	١٣٠	٦٠	٣٥	٣٠	٢٥	٢٠٠	٣٥
٤٥	١٤٠	٩٠	٦٠	٥٠	٣٠	٢١٠	٦٠
٦٠	١٦٠	١١٠	٧٠	٦٠	٤٠	٢٤٠	٧٠

قائمة أسعار إعلانات السلع الأجنبية و المستوردة بالجنيه المصرى

الإذاعة المدة ث	الشرق الأوسط جنيه	الاسكندرية و الشباب و الرياضة جنيه	القاهرة الكبرى وسط الدلتا وشمال الصعيد جنيه	القناة- مطروح- الوادى الجديد شمال وجنوب سيناء جنوب الصعيد جنيه	الإذاعات المتخصصة جنيه	الثقافة البرنامج الأوربي – البرنامج الموسيقى جنيه
١٥	٣٥٠	١٢٥	٧٥	٧٥	٥٢٥	١٢٥
٣٠	٦٥٠	١٧٥	١٥٠	١٢٥	١٠٠٠	١٧٥
٤٥	٧٠٠	٣٠٠	٢٥٠	١٥٠	١٠٥٠	٣٠٠
٦٠	٨٠٠	٣٥٠	٣٠٠	٢٠٠	١٢٠٠	٣٥٠

تطور برامج ومحطات الإذاعة المصرية :

بلغت جملة ساعات إرسال الشبكة الإذاعية التسعة خلال الفترة من ٢٠٠٢/٧/١ وحتى ٢٠٠٣/٦/٣٠ (١٧٣٧٢٥) ساعة بزيادة قدرها ١٥٥٦.

بيـــــــــــــــان

مقارن بالإيرادات الفعلية خلال الثلاث سنوات الأخيرة و المنفذة و المتوقع تحقيقه فى العام المالى – ٢٠٠١/٢٠٠٣ – وتقديرات ٢٠٠٢ / ٢٠٠٣ لإعلانات الإذاعة.

بيان	خاتمي ٩٨/٩٩		خاتمي ٩٩/٢٠٠٠		خاتمي ٢٠٠٠/٢٠٠١		المنفذ في الربع الأول ٢٠٠١/٢٠٠٢		المنتظر ¾ من ٢٠٠١ /٢٠٠٢		تقديرات ٢٠٠٢/٢٠٠٣	
	دولار	المعادل المصري	دولار	المعادل المصري	دولار	المعادل المصري	دولار	المعادل المصري	دولار	المعادل المصري	دولار	المعادل المصري
الإعلانات الأجنبية الإعلانات الأجنبية بالدولار الأجنبية بالجنيه المصري		٢٦٦٠١٣		١٥١٨٢٦		٩٨٨٥٠		٢٧٥٦٢		٨٢٦٨٦		١١٤٦٥٧
إجمالي الإعلانات الأجنبية		٢٦٦٠١٣		١٥١٨٢٦		٩٨٨٥٠		٢٧٥٦٢		٨٢٦٨٦		١١٤٦٥٧
الإعلانات المحلية	–	٣٧١٣١١٢	–	٣٣٩٠٤٨٥	–	٣٥٢٦٥٩٣	–	١١٩١٥٧٨	–	٢٩١٧٣١٤	–	٣٣٨٥٣٤٣
الإجمالي العام		٣٩٧٩١٢٥	–	٣٥٤٧٣١١		٣٦٢٥٤٤٣		١٢١٩١٤٠		٣٠٠٠٠٠٠		٣٥٠٠٠٠٠

أسعار إعلانات السلع والخدمات المحلية والأجنبية بالجنيه المـــصري علـــي الشبكات والمحطات الإذاعية اعتباراً من ١/٨/٢٠٠٣ م

المدة ث	البرنامج العام اعتباراً من ١/٥/٢٠٠٥	شبكة الشرق الأوسط	شبكة الشباب والرياضة	شبكة الإذاعات المتخصصة	صوت العرب اعتباراً من ١/٥/٢٠٠٥	الشبكة الثقافية (أوروبي الموسيقي) القاهرة الكبري الاسكندرية	إذاعة وسط الدلتا شمال الصعيد، جنوب الصعيد، القناة، مطروح، شمال سيناء
٣٠	٥٥٠	٥٥٠	٥٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	٦٠
٦٠	٩٠٠	٩٠٠	٨٥٠	٦٥٠	١٥٠	٣٠٠	١٠٠

الفصل الثامن

القواعد المنظمة للعمل الإذاعي

- **ميثاق الشرف الإذاعي**
- **قانون الإذاعة**
- **الهيكل الإذاعي**
- **الإدارة الإذاعية**
- **لائحة الإذاعة**

ميثاق الشرف الإذاعي :

قرر مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتليفزيون بجلسة الخامس من اكتوبر سنة ١٩٨٠ تشكيل لجنة لوضع الميثاق ضمت عدداً من أعضاء مجلس الأعضاء والشخصيات العامة ذات المشاركة في النشاط الإعلامي وقامت اللجنة بإعداد الميثاق وراجعته وأعدته في صيغته النهائية اللجنة القانونية برئاسة الأستاذ الدكتور / أحمد عز الدين عبد الله ووافق مجلس الأمناء عليه في جلسة الثلاثين من مايو ١٩٨٢ أصدره الأستاذ حسين عنان رئيس مجلس الأمناء بالقرار رقم ٢٦٨ لسنة ١٩٨٢ في العاشر من نوفمبر عام ١٩٨٢ أو تم العمل به ابتداء من هذا التاريخ علي أن يسري علي الإذاعيين والمقابلين مع اتحاد الإذاعة والتليفزيون وحدد الإذاعيين بأنهم العاملون بالاتحاد كافة أيا كانت مستوياتهم أو درجاتهم كما حده المتعاملين مع الاتحاد بأنهم الذين يتفق معهم الاتحاد علي أداء أي عمل في مختلف أوجه النشاط الإذاعي مسموعاً كان أو مرئياً علي أن يلحق الميثاق بالاتفاق ويكون جزء متمما له.

ميثاق الشرف الإذاعي :

الصادر من رئيس مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتلفزيون رقم (٢٦٩) في ١٩٨٢/١١/١٠.

نحن الإذاعيين بوصفنا شركاء في مسئولية الكلمة نعاهد الله والشعب والضمير الإنساني علي أن نقوم بعملنا بما يرضي الله. وتحقيق أهداف الشعب ويتماشي مع الضمير الإنساني في كل أداء نؤديه سواء بالفكرة أو الكلمة في الإذاعة المسموعة والمرئية مسترشدين بذلك كله بهذا الميثاق. دليل عمل وسلوك. لا نحيد عنه أبداً بإذن الله.

<u>أولا : المباديء العامة :</u>

١- الإذاعة المصرية المسموعة والمرئية ملك لشعب مصر.

٢- الإذاعة أمانة في ضمير الإذاعيين يحملونها لصالح المجتمع.

٣- الإذاعة مسئولية يشعر بها كل إذاعي في أدائه.

٤- الإذاعي في أي موقع هو المسئول عن حقوق المستقبلين للإذاعة المسموعة والمرئية.

وتشمل مسئولية الإذاعة ما يأتي :

١- تقديم المعلومات الصحيحة للشعب في حينها.
٢- الرعاية الكاملة لكل مصالح الشعب.
٣- أمانة الاتصال بين الشعب وحكومته.
٤- عرض وجهات النظر المختلفة عرضا متوازنا أمينا في كل القضايا التي تهم الشعب دون تحيز أو تحزب أو إثارة.
٥- بث الثقة بين المواطنين في الداخل والخارج.
٦- الالتزام باحترام الحريات العامة والقيم الدينية والقومية.
٧- حماية الوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي.
٨- ارتباط الكلمة المذاعة بالضمير الإنساني.
٩- المشاركة في تشكيل الذوق العام تشكيلاً سليماً.
١٠- المشاركة في تنوير الرأي العام.

ثانياً: الأخلاقيات الإذاعية :

١- التعاليم السماوية.
٢- الكرامة الوطنية والإنسانية.
٣- المثل العليا للإنسان المعاصر.
٤- سيادة القانون.
٥- حرمة الأسر ورعاية الطفولة.
٦- الإيمان بالكلمة الصادقة.
٧- صدق الإذاعي مع نفسه ومع الناس باعتباره قدوة للغير.
٨- المظهر اللائق في الأداء سواء كان ذلك بالقول أو الإشارة.
٩- الحفاظ علي أسرار المهنة.

وفي ظل هذه الأخلاقيات يحظر علي الإذاعيين ما يلي :

١- أي مساس بالعقائد والقيم وأي تعرض لما فيه إثارة بين الطوائف.
٢- أي مساس بالأهداف القومية والتراث القومي.
٣- أي مساس بنظام المجتمع.

٤- أي مساس بقيمة العمل والعاملين.
٥- أي استغلال لغرائز الجماهير.
٦- أي تجاوز عن الحريات المكفولة للغير بالقانون أفراداً أو جماعات.
٧- أي استغلال للعمل الإذاعي في منفعة شخصية.
٨- إذاعة أسرار الأمن القومي.
٩- إذاعة ما يدعو إلي الانحلال أو ما يدعو إلي الإحباط.
١٠- إذاعة أي إعلان تجاري لا يتماشي مع أخلاقيات الإذاعة ونظامها أو لا يتفق مع مصلحة المجتمع والمصلحة العامة والذوق العام أو يتعارض مع الوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي.

ثالثا : واجبات الإذاعيين :

☒ الإذاعيون شركاء في المسئولية عن الحقيقة وعن سمعة البلاد وفي إطار هذه المسئولية يلتزمون بما يأتي :

١- الارتقاع المستمر بمستوي الأداء.
٢- مراعاة التحديث والابتكار في كل ما يقدم من الأعمال الإذاعية المسموعة والمرئية.
٣- مراعاة التوازن بين القيمة التثقيفية وبين القيمة الترويحية في الإنتاج الإذاعي اليومي.
٤- عدم التقليل من شأن أي عمل كبير أو تعظيم أي عمل صغير.
٥- عدم إذاعة أي نبأ غير موثوق به.
٦- عدم الترويج لأي شخصية أو فكرة أو سلعة تمس كيان المجتمع ومصالحه أفراداً وجماعات.
٧- عدم إعطاء المتحدثين ما ليس لهم أو تجريدهم مما لهم.
٨- عدم الإصرار علي الخطأ والعمل علي تصحيحه.

وفي تمكين الإذاعيين من أداء واجباتهم ما يأتي :

❖ كفالة حماية الإذاعيين من أي ضغط أدبي أو مادي لإكراههم علي أي شيء لا يتفق مع كرامتهم أو كرامة عملهم وكذلك حمايتهم من التعرض

لما يهزأ بأشخاصهم أو بمصالحهم الخاصة أو العامة بسبب عملهم في الإذاعة.

- ❖ إحترام آداب الزمالة وخاصة عدم تجريح بعضهم البعض أو الإقلال من شأنهم.

رابعا : قواعد تنفيذية

تسري أحكام هذا الميثاق علي الإذاعيين من اتحاد الإذاعة والتليفزيون... (والإذاعيون هم العاملون بالاتحاد كافة أيا كانت مستوياتهم أو درجاتهم ويشمل المتعاملين ممن يتفق معهم الاتحاد علي أداء أي عمل في مختلف أوجه النشاط الإذاعي مسموعاً أو مرئياً.. ويلحق الميثاق بالاتفاق ويكون جزءاً متمماً له).

قانون الإذاعة

قانون الإذاعة في مصر بين الماضي والمرتقب :

- ❖ تم الاتفاق مع شركة ماركوني علي إنشاء الإذاعة اللاسلكية للحكومة المصرية وأكدت طبيعة العقد المبرم بين الجانبين علي أن تكون الحكومة هي المحتكرة للإذاعة وإن الشركة وكيلة من الحكومة في إدارتها وإنشاء برامجها وذلك لمدة عشر سنوات قابلة للتجديد.
- ❖ حدد العقد الهدف من برنامج الإذاعة في جانبين هما التعليم..... كما نص العقد علي عدم السماح بإذاعة مادة إعلانية وفي مقابل الإدارة تتلقي الشركة حصة من حصيلة رخص أجهزة الاستقبال قدرها ستون في المائة كذلك العقد علي أن للحكومة المصرية الحق في إذاعة النشرات والإرشادات الرسمية التي تهم الجمهور مثل : الأرصاد الجوية والزراعة والصحة وغيرها.
- ❖ حدد العقد أيضا إنشاء لجنة عليا للإشراف علي البرامج تتكون من خمسة أعضاء ثلاثة منهم تعينهم الحكومة وعضوان تعينهما الشركة ومن حسن حظ الإذاعة المصرية أن يكون أول رئيس لهذه اللجنة العليا هو الجراح المصري ذائع الصيت وعميد كلية الطب وقتها ورئيس الجامعة

المصرية فيما بعد الدكتور علي باشا إبراهيم الذي كان إلي جانب مكانته العلمية أحد أعضاء المتحف الإسلامي كما كـــان ذواق للفـــن والـــشعر والموسيقي.

- ❖ في الساعة ٥,٣٠ من مساء ٣١ مايو ١٩٣٤ انطلق صوت المذيع أحمد سالم قائلا " هنا القاهرة " هنا افتتاح الإذاعة اللاسلكية للحكومة المصرية الرسمية.
- ❖ عينت الإذاعة جهاز لتقديم البرامج واختارت رئيسا لهذا الجهـــاز وهـــو الأستاذ / أحمد لطفي السيد باشا وضم هذا الجهاز البـــرامج الأســـتاذ / مدحت عاصم المتخصص في فنون الموسيقي الشرقية.
- ❖ كان المذيعون الأوائل والذين كان قد تم اختيارهم عن طريق مسابقة تـــم نشرها في جريدة الأهرام في عام ١٩٣٣ تقدم لها ما يقرب مـــن ألفـــين وهم (أحمد سالم – أحمد كامل سرور – محمد فتحي).
- ❖ تحولت الإذاعة منذ نشأتها لبست كبير ضم معظم الموسيقيين في ذلـــك العصر منهم (مصطفي رضا – صقر علي – محمد حسن الـــشجاعي – فاضل الشوا – زكريا أحمد – رياض السنباطي..وغيرهم)
- ❖ قدمت الإذاعة مشاهير قراء القرآن الكريم.
- ❖ ومشاهير الغناء في ذلك العصر منهم (فتحية أحمد – صالح عبد الحي – محمد عبد الوهاب – أم كلثوم)
- ❖ انتهي عقد شركة ماركوني مع الحكومة المصرية في ٣٠ مـــايو ١٩٤٤ واتفق الطرفان علي مد العقد لمدة خمس سنوات أخري إلا أنه في عـــام ١٩٤٧ شاب العلاقات المصرية البريطانية توتر بسبب تلكـــؤ القـــوات البريطانية في الجلاء عن منطقة السويس.
- ❖ نتج عن ذلك كراهية للشعب المصري لكل ما يمت للإنجليز بصله وبذلك فكرت الحكومة المصرية بعد عودة رئيس الوزراء من الأمـــم المتحـــدة لإلغاء العقد مع شركة ماركوني وتمصير الإذاعة وتحقق التمصير الكامل للإذاعة وتحولت في غضون قصيرة لجهاز مصري بعيد عن الـــسيطرة الأجنبية.

- وصدر في ٢٣ يوليو عام ١٩٤٩ أول تشريع متكامل للإذاعة وهو ما يعرف بالقانون رقم ٩٨ لسنة ١٩٤٩ بشأن تنظيم الإذاعة المصرية.
- في ٢٣ يوليو.... كانت مرحلة انتقالية للإذاعة حيث انطلقت أول صيحة تعلن عن قيام الثورة فوضعت الإذاعة نفسها في خدمة أهداف الثورة حيث كان لها السبق في إذاعة أنباء الثورة والتعريف بأهدافها حيث كانت تعتبر من أهم وسائل النشر والاتصال بالجماهير.. ولقد اتسمت الإذاعة أيضا في تلك المرحلة بالتوسع والانتشار البرامجي وتعدد الإشراف علي الإذاعة من مجلس الوزراء إلي وزارة الإرشاد القومي التي صدر مرسوم بقانون في ١٠ نوفمبر ١٩٥٢ بإنشائها والذي نص " علي ضم الإذاعة إليها مما رأت الوزارة ضرورة إعادة تشكيل مجلس إدارة الإذاعة لتحقيق الأغراض الواردة في قانون ٩٨ لسنة ١٩٤٩ بشأن الإذاعة حرصا علي استقلالها بحيث يبقي لها الشخصية المعنوية الكاملة فصدر القانون رقم ٣٨٣ لسنة ١٩٥٣ بتعديل بعض أحكام القانون رقم ٩٨ لسنة ١٩٤٩.
- في عام ١٩٥٥ رأت وزارة الإرشاد أن القانون رقم ٩٨ لسنة ١٩٤٩ يحتاج لإعادة في بعض نصوصة ليساير حركة الإذاعة فقامت بوضع مشروع قانون جديد لتنظيم الإذاعة صدر في ٧ ديسمبر عام ١٩٥٥ وفي فبراير ١٩٥٨ صدر قرار جمهوري باعتبار الإذاعة مؤسسة عامة ذات شخصية اعتبارية وألحقت برئاسة الجمهورية.
- في عام ١٩٦١ صدر قرار جمهوري باعتبار الإذاعة من المؤسسات العامة ذات الطابع الاقتصادي تحت اسم المؤسسة المصرية العامة للإذاعة والتلفزيون وأعيد الإشراف عليها من قبل وزارة الإرشاد القومي وفي ظل الأمر علي هذا النحو إلي أن صدرت القوانين الخاصة بإنشاء اتحاد الإذاعة والتلفزيون وهي أربعة قوانين صدرت في أعوام ١٩٧٠ و ١٩٧١ ثم صدر القانون رقم ١٣ لسنة ١٩٧٩ في شأن اتحاد الإذاعة والتلفزيون وهو القانون الذي عدلت بعض مواده من خلال القانون رقم ٢٢٣ لعام ١٩٨٩ المعمول به حاليا والذي حقق الاستقرار التنظيمي

والإداري للإذاعة المصرية التي بدأت تتجـه إلـي التطـور والتجديـد البرامجي والتوسع في هذا الاتجاه.

- ❖ كانت الإذاعة المصرية منذ إنشائها وحتي قيام الثورة المـصرية عـام ١٩٥٢ تضم البرنامج الأوربي ثم إذاعة ركن السودان وقبل مرور اقـل من عام لقيام الثورة أنشئت إذاعة صوت العرب برغبة من مجلس قيادة الثورة والرئيس الراحل جمال عبد الناصر شخصيا وقد تم إنشاؤها في ٤ يوليو ١٩٥٣ ثم أنشي إذاعة الإسكندرية المحلية في العيد الأول للثـورة وتوالي إنشاء الإذاعات بعد ذلك الشرق الأوسط والشعب إلي أن حلـت محلها شبكة الإذاعات المتخصصة وإذاعة فلسطين وإذاعة القرآن الكريم وإذاعة البرنامج الثاني الذي أصبح البرنامج الثقافي فيما بعد وتغير اسم الإذاعة ركن السودان إلي إذاعة وادي النيل.
- ❖ في بداية الثمانيان شهدت الإذاعة طفرة كبري تمثلت في إدخـال نظـام الشبكات الإذاعية التي أصبحت الآن تسع شبكات وهي (البرنامج العام – صوت العرب – الشرق الأوسط – القرآن الكريم – الإذاعات الموجهة – الشباب والرياضة – الشبكة الثقافية – شبكة الإذاعات الإقليمية وتضم إحدى عشرة إذاعة الإذاعات المخصصة وبد بثها في عام ٢٠٠٠.
- ❖ ثم تطورت الإذاعة في مصر بعد ذلك تطوراً هائلاً، وأخذت تلعب دوراً رئيسيا في التثقيف والتنمية علي مستوي العالم العربي بأجمعه، وخرجت من القاهرة قيادات إذاعية رائدة لإنشاء محطات جديدة للإذاعة في العالم العربي وفي أفريقيا وفي الخدمات العربية بالإذاعات العالمية. فلا ريـب أن تتبوأ مصر بفضل إذاعتها مكانة مرموقة بين الدول – ولا غرابة أن تستقطب الإذاعة في معهد التدريب الإذاعي منذ إنشائه في ١٤ مـارس سنة ١٩٥٣ مئات من العاملين في مجال الإذاعة مـن الـدول العربيـة والأفريقية وغيرها كما تحفل مجلة الفن الإذاعي منذ صدورها في أكتوبر سنة ١٩٥٦ ببحوث عملية ودراسات فنية تواكب أحدث تطورات العصر في مجالات الإذاعة والتليفزيون والهندسة الإذاعية.
- ❖ وبصدور القانون رقم ١ في عام ١٩٧١ الذي يقـضي بإنـشاء اتحـاد الإذاعة والتلفزيون يضم الإذاعيتين المسموعة والمرئية، وله الشخـصية

الاعتبارية ويتبع وزير الإعلام ويكون مركزه القاهرة، تأكدت مرة أخري أهمية إرساء القواعد والقيم الخليقة والروحية التي تحكم المادة الإذاعية، وأصبح ميثاق الشرف الذي يتبعه الإذاعيون في عملهم نبراساً وهادياً لما يصدر عنهم من عمل سياسي أو أدبي أو فني.

- ❖ وقد ظهرت في الحقبة الأخيرة محاولات لإنشاء شركات جديدة في مجال الإذاعة والتليفزيون، وهي أما شركات تابعة للقطاع العام مثل شركة الصوتيات والمرئيات أو شركات مشتركة بين المصريين والعرب، ولا شك أن هذه الأشكال الجديدة للإنتاج الإذاعي لها أثرها علي لغة الإذاعة التي تضمن انتشار المسلسلات في العالم العربي، وعلي المضمون الذي يلح علي عامل الربح المادي. وقد لقيت هذه الشركات تأييداً كبيراً من بعض المهتمين بتطوير العمل الإذاعي وإنشاء الاستوديوهات العصرية، كما لقيت انتقادات شديدة من الدوائر التي يعينها المضمون ويهمها سلامته تربوياً وأخلاقيا.
- ○ غير أن عنصر المنافسة بين هذه الشركات وبين الإذاعات الرسمية سوف يسفر بالضرورة عن الوصول إلي صيغة ملائمة للمجتمع العربي علي نحو ما وصلت إليه بريطانيا من تعايش هيئة الإذاعة البريطانية جنبا إلي جنب مع التليفزيون التجاري، وما نشأ عن تنافسهما من خير لفائدة المستمعين والرأي العام.

التنظيم الجديد لاتحاد الإذاعة والتليفزيون :

وفي أواخر سنة ١٩٧٨، ألغيت وزارة الإعلام وذلك في " إطار تعميق الديمقراطية.. انطلاقاً من فلسفة جديدة تؤمن بإطلاق حرية العمل الإعلامي، واخراجه من حيز التوجيه المباشر لجهاز الدولة، تنطلق به إلي آفاق رحبة تستند إلي القيم الوطنية والأخلاقية وتستمد مقاومتها من الأهداف القومية العظمي – وتحكمها ضمائر العاملين في مجالات الإعلام – وحسهم الوطني والتزامهم القومي – دون وصاية حكومية مع إعطاء مختلف الآراء فرصة للتعبير " وفقا لنص ما جاء في الذاكرة التفسيرية لمشروع قانون إعادة تنظيم اتحاد الإذاعة والتليفزيون.

وتمضي المذاكرة قائلة : أن التنظيم الجديد " يحقق للإتحاد كل عناصر

ومقومات الاستقلال الفكري والمـالي والإداري، ويـضع كافـة الـسلطات والمسئوليات في مجلس للأمناء يتكون من المفكرين والأدباء والفنانين ورجال الاقتصاد والمال والإدارة والقانون والصحافة ".

ويقوم هذا المجلس بأمور التخطيط ورسم السياسات – بينمـا يتـولي إدارة قطاعات الاتحاد أعضاء منتـدبون مـن مجلـس الأمنـاء لهـم كـل الصلاحيات في إطار ما يقرره المجلس، كما تقوم الجمعية العمومية بالعمـل علي ضمان قيام الاتحاد بتنفيذ أغراضه والإشراف علي حسن توجيه المـال العام لخدمة الشعب دون سيطرة الحكومة عليه.

وفيما يلي مشروع القانون الذي ينظم اتحاد الإذاعة والتلفزيون ابتـداء من سنة ١٩٧٩ : ويمكن من خلاله أن نتعرف علي قانون الإذاعة :

" المادة الأولي "

تنشأ اتحاد الإذاعة والتلفزيون لتولي شئون الإذاعة الصوتية والمرئية في جمهورية مصر العربية وتكون له الشخصية الاعتبارية ويكون مركـزه مدينة القاهرة.

يهدف الاتحاد إلي تحقيق رسالة الإعلام الإذاعي الصوتي والمرئي سياسـة وتخطيطاً وتنفيذاً في إطار السياسة العامة للمجتمع ومتطلباته الإعلامية وأخذاً بأحدث ما تصل إليه تطبيقات العلم الحديث وتطوراته في مجالات توظيـف الإعلام المرئي والمسموع لخدمة المجتمع وبلوغ أهدافه وفي سبيل ذلك يعمل الاتحاد علي تحقيق الأغراض الآتية :

" المادة الثانية "

١- الأداء الكفء للخدمة الإذاعية الصوتية والمرئية وضمان توجيهها لخدمة الشعب والمصلحة القومية في إطار القـيم والتقاليـد الأصـلية للـشعب المصري ووفقا للمبادئ السياسية والاجتماعيـة والاقتـصادية وأحكـام الدستور.
٢- العمل علي تدعيم النظام الاشتراكي الديمقراطي والوحدة الوطنية والوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي وصيانة كرامة الفرد وحريته وتأكيد سـيادة القانون من خلال كافة الأعمال الإذاعية الصوتية والمرئية.

٣- العمل علي نشر الثقافة وتضمين البرامج الجوانب التعليمية والحضارية والإنسانية في إطار الرؤية المصرية العربية والعالمية الرفيعة لخدمة كافة فئات الشعب وتكريس برامج خاصة للطفولة والشباب والمرأة والعمال والفلاحين وذلك إسهاماً في بناء الإنسان حضارياً والعمل علي تماسك الأسرة.

٤- تطوير مفاهيم الإعلام الإذاعي وتعميق القيم الدينية والأخلاقية التي تحكم المواد الإذاعية.

٥- الإسهام في التعبير عن مطالب الجماهير ومشكلاته اليومية وطرح القضايا العامة مع إتاحة الفرصة لبيان مختلف الآراء بشأنها وعرض الجهود المبذولة في علاجها عرضا موضوعيا.

٦- الإعلام عن مناقشات مجلس الشعب والمجالس المحلية والالتزام بإذاعة ما تطلب الحكومة إذاعته رسمياً وكل ما يتصل بالسياسات العامة للدولة والمبادئ والمصالح القومية العليا.

٧- الالتزام بمنح وقت للأحزاب السياسية أبان أوقات الانتخابات لشرح برامجها للشعب وكذلك تخصيص جانب من وقت الإرسال الإذاعي والتليفزيوني بصفة منتظمة لعرض الاتجاهات الفكرية الرئيسية للرأي العام.

٨- نشر البث الإذاعي الكفء ليغطي جميع أنحاء الجمهورية ودعم وتطوير أجهزة الإذاعة الصوتية والمرئية وفقا للأساليب العلمية الاقتصادية لمختلف أجهزة ومرافق الإذاعة الصوتية والمرئية.

٩- تنمية المناخ الملائم لتشجيع الملكات الخلاقة والطاقات المبدعة لأفراد الشعب وإظهار وتشجيع المواهب الجديدة.

١٠- توثيق الروابط الإذاعية مع مثيلاتها في البلاد العربية والأجنبية.

١١- تطوير الخدمات الإذاعية الموجهة للخارج وضمان تحقيقها للمصلحة العليا للدولة.

١٢- العمل علي تدعيم نشرات الأنباء والتغطية النشطة للأحداث المحلية والعالمية والتعليق الموضوعي عليها والاهتمام بتدعيم

المندوبين والمراسلين الإذاعيين في الداخل والخارج.

١٣- النهوض بالمستوي الفني والمهني للقائمين بالخدمات الإذاعية الصوتية والمرئية.

" المادة الثالثة "

للاتحاد أن يتعاقد وأن يجري جميع التصرفات والأعمال التي من شأنها تحقيق الغرض الذي أنشئ من أجله دون التقيد بالنظم والأوضاع الحكومية وله علي وجه الخصوص ما يلي :

١- تأسيس شركات مساهمة بمفرده أو مع شركاء آخرين وذلك في المجالات ذات العلاقة بأغراضه.

٢- شراء الشركات أو إدماجها فيه والدخول في مشروعات مشتركة مع الجهات التي تزاول أعمالا شبيهة بأعماله أو التي قد تعاونه علي تحقيق أغراضه سواء في جمهورية مصر العربية أو خارجها.

٣- إنتاج المواد الفنية الإذاعية والتليفزيونية وتسويقها بالبيع أو التأجير في الداخل والخارج وفقا للشروط والأوضاع التي يراها محققة لأغراضه.

٤- تملك حقوق التأليف والنشر وأسماء الشهرة التجارية للمواد الإذاعية التي ينتجها أو يستخدمها ومنح الغير حق استخدامها.

٥- استثمار أموال الاتحاد في الأوجه التي تتفق مع أغراضه.

٦- الحصول علي التسهيلات المصرفية والإنمائية لتمويل مشروعاته الاستثمارية علي أن تحدد الحكومة الحد الأقصى للمديونية.

٧- الاحتفاظ بحصيلة إيراداته من النقد الأجنبي والتصرف فيها لمواجهة احتياجاته، وذلك دون التقيد بالقوانين واللوائح والأنظمة المقررة في هذا الشأن.

٨- إنتاج وإذاعة الإعلانات التجارية وفقا للسياسات التي يضعها في هذا الشأن بما لا يخل بالقيم أو التقاليد العامة.

٩- إنشاء مراكز التدريب لاعداد وتنمية العاملين في مختلف فروع العمل الإذاعي والتلفزيوني وتشجيع البحوث والدراسات العلمية في هذا المجال.

١٠- التعاقد مع وكالات وشركات الأنباء العالمية.

١١- إصدار المطبوعات أو الدوريات أو المجلات التي تعبر عن رسالة اتحاد الإذاعة والتلفزيون.

" المادة الرابعة "

يكون وزير الدولة لشئون مجلس الوزراء حلقة الاتصال بين الاتحاد وبين الحكومة ومجلس الشعب.

ويكون للاتحاد مجلس للأمناء ومجلس للأعضاء المنتدبين، وجمعية عمومية.

" المادة الخامسة"

يشكل مجلس الأمناء علي النحو الآتي :

١- رئيس يصدر بتعيينه وتحديد مرتباته ومدة عضويته قرار من رئيس الجمهورية بناء علي اقتراح رئيس مجلس الوزراء.
٢- عدد من الأعضاء من بين الشخصيات العامة ذات المشاركة الفعالة في النشاط الفكري والديني والفني والعلمي والثقافي والصحفي والاقتصادي والهندسي والمالي والقانوني والمهتمين بنشاط الشباب والمرأة والطفولة وغيرها من النشاطات.
ويصدر بتعيينهم وتحديد مكافأتهم ومدة عضويتهم قرار من رئيس مجلس الوزراء.
٣- عدد من الأعضاء المنتدبين لادارة القطاعات الرئيسة للاتحاد يصدر بتعيينهم وتحديد مرتباتهم قرار من رئيس مجلس الوزراء بناء علي اقتراح رئيس مجلس الأمناء
٤- رئيس الهيئة العامة للإستعلامات.

" المادة السادسة "

يختص مجلس الأمناء بوضع السياسات العامة لعمل الاتحاد ورسم الخطط الرئيسية المتعلقة بتنفيذ هذه السياسات ومتابعة وتقييم أدائها لمهامها وللمجلس أن يتخذ ما يراه لازما من القرارات لتحقيق أغراضه وفقا لأحكام هذا القانون ولمجلس الأمناء علي وجه الخصوص ما يأتي :

١- وضع ميثاق شرف العمل الإعلامي في الإذاعة الصوتية والمرئية وأخلاقيات الرسالة الإذاعية وأسلوب الالتزام به.

٢- اعتماد القواعد واللوائح والنظم المتعلقة بسير العمل في قطاعات الاتحاد وشركاته التابعة المملوكة له بالكامل بما يكفل تقديم الخدمات الإذاعية الصوتية والمرئية بأعلى قدر من الكفاءة في ضوء أسس الإدارة الاقتصادية السليمة.

٣- اعتماد اللوائح المتعلقة بالشئون الإدارية والمالية بما يتق وطبيعة العمل الإعلامي في مختلف أبعاده وبما يكفل له المرونة واللامركزية.

٤- إصدار لائحة شئون العاملين ومعاملتهم المالية والتي تتفق وطبيعة العمل الإعلامي وبما يحقق لهم جواب الرعاية ويكفل رفع مستوي الأداء.

٥- الموافقة علي البرامج السنوية لاستثمارات الخطة والسياسة العامة لانتاج المواد المذاعة، وأسس الاستعانة بالبرامج والمواد الأجنبية

٦- اعتماد القواعد التي تتبع لاعداد الموازنة التخطيطية والموازنة السنوية للاتحاد علي نسق موزانات المشروعات الاقتصادية.

٧- اعتماد قواعد الاستعانة بالخبرات الأجنبية في مجال الإذاعة الصوتية والمرئية.

٨- إقرار المعايير العامة لاختيار المواد والبرامج الإذاعية الصوتية والمرئية التي يتم الحصول عليها من الخارج.

٩- اعتماد أسس تقييم الأداء والحكم علي كفاءة النشاط اعتماد القواعد التي تحكم أنشطة الاتحاد ذات الصبغة التجارية.

١٠- إبداء الرأي في التشريعات المتعلقة بالإذاعة الصوتية والمرئية.

١١- اقتراح فرض الرسوم علي أجهزة الاستقبال الإذاعي والتلفزيوني وتعديلها والإعفاء منها.

١٢- الموافقة علي إنشاء الفرق الموسيقية والمسرحية بما يتوافق وأنشطة الاتحاد ولخدمة أغراضه.

١٣- اعتماد خطط القوي العاملة ومعايير ترتيب وتوصيف الوظائف.

" **المادة السابعة** "

لمجلس الأمناء أن يشكل لجاناً دائمة أو مؤقتة من بين أعضائه لمعاونته في دراسة ما يقدم له من موضوعات ويجوز أن يضم إلي تلك اللجان أعضاء من داخل الاتحاد أو خارجه.

" المادة الثامنة "

يعقد مجلس الأمناء دورة عمل كل شهر علي الأقل، كما تجوز دعوته للانعقاد في غير موعد الدورة العادية بناء علي طلب رئيس مجلس الأمناء أو إذا طلب ذلك نصف عدد أعضاء المجلس أي الأعضاء المنتدبين ولا يكون الاجتماع صحيحا إلا إذا حضره نصف عدد أعضائه علي الأقل ويتولي قرارات المجلس توجيه الدعوة إلي اجتماعاته وأعداد جدول أعماله. وتصدر قرارات المجلس بأغلبية الحاضرين وعند التساوي يرجح الجانب الذي فيه الرئيس.

ويضع المجلس لائحة خاصة بتنظيم أعماله واجتماعاته وتوزيع الاختصاصات والمسئوليات بين أعضائه.

" المادة التاسعة "

يتولي رئيس مجلس الأمناء الإشراف علي شئون الاتحاد وقطاعاته المختلفة والتنسيق بينهما والتحقق من حسن سير العمل وتنفيذ قرارات مجلس الأمناء.ويتولي علي الأخص ما يأتي :

١- عرض تقارير الأعضاء المنتدبين عن سير العمل في قطاعاتهم علي مجلس الأمناء.
٢- تحديد من له حق التوقيع عن الاتحاد في مختلف التصرفات.
٣- تحديد اختصاصات الأمين العام والأعضاء المنتدبين فيما يختص بتنفيذ قرارات مجلس الأمناء كل في قطاعه.

ورئيس مجلس الأمناء أن يفوض الأعضاء المنتدبين اختصاصاته ويختار المجلس من بين أعضائه نائبا للرئيس يقوم مقامه عند غيابه.

" المادة العاشرة "

يشكل مجلس للأعضاء المنتدبين برئاسة رئيس مجلس الأمناء :

الأعضاء المنتدبين لادارة القطاعات الرئيسية للاتحاد.

ويجوز أن يضم المجلس عدد من مديري إدارات القطاع بحكم وظائفها وعدد آخر من العاملين بالاتحاد يتفرغون لعضويتهم بالمجالس يصدر باختبارهم قرار من مجلس الأمناء.

" المادة الحادي عشر "

يتولي عضو مجلس الأمناء المنتدب إدارة قطاعات الاتحاد في إطار السياسات والنظم والقرارات التي يضعها المجلس، تكون له كل الصلاحيات المالية والإدارية التي تساعده في أداء مسئولياته ويكون مسئولا أمام مجلس أمناء عن إعداد تقرير شهري لمجلس الأمناء وله أن يفوض مسئولا أو أكثر في بعض اختصاصاته.

" المادة الثانية عشر "

يختص مجلس الأعضاء المنتدبين بما يأتي :

١) تنفيذ قرارات وسياسات مجلس الأمناء.
٢) التنسيق بين خطط وبرامج وأنشطة قطاعات الاتحاد وضمان عمله كفريق متكامل لتحقيق أهداف الاتحاد وتقصي الرأي العام بالنسبة للبرامج الإذاعية المسموعة والمرئية.
٣) إعداد مشروع الخطة السنوية للبرامج واقتراح السياسة العامة لانتاج المواد المذاعة وأسس الاستعانة بالبرامج والمواد الأجنبية للعرض علي مجلس الأمناء.
٤) دراسة التقرير السنوي عن الموقف المالي للاتحاد ورفع ملاحظاته في شأنه إلي مجلس الأمناء ووضع القواعد التي تتبع لاعداد الموازنة التخطيطية والموازنة السنوية للاتحاد واستثمارات الخطة علي نسق موازنات المشروعات الاقتصادية.
٥) دراسة المشروعات الاستثمارية الجديدة وتقديمها لمجلس الأمناء وفتح الحسابات المصرفية في البنوك المصرية والأجنبية.
٦) تنسيق مشروعات الموازنات الداخلية للقطاعات.
٧) إعداد القرارات الخاصة بتنظيم التقسيمات التنظيمية في القطاعات

وتحديد اختصاصاتها ووضع خطط القوي العاملـــة ومعـــايير وترتيـــب وتوصيف الوظائف ووضع خطط التدريب والبعثات للعاملين بالاتحـــاد ورسم سياسة البحوث العلمية.

٨) المتابعة الدورية للأداء في مختلف القطاعات، وبالأخص تكاليف التشغيل وحجم الإيرادات.

٩) عقد القروض وقبول الهبات والمنح والإعلانات لصالح الاتحـــاد وفقـــا للقواعد العامة المقررة في هذا الشأن بعد اعتماد مجلس الأمناء.

١٠) وضع القواعد المنظمة للعلاقة بين الاتحاد وشـــركاته المملوكـــة لـــه بالكامل.

١١) وضع اللوائح والنظم والقواعد المتعلقة بسير العمل في قطاعات الاتحاد وشركاته التابعة المملوكة له بالكامل.

١٢) حفظ الماد الإذاعية وفقا للنظم والقواعد التي يقررها مجلس الأمناء.

١٣) اتخاذ كافة الإجراءات والتصرفات من أجل تجديد وتطوير المحطـــات والمعدات لدعم بث واستقبال الإذاعات الصوتية والمرئية.

" المادة الثالثة عشر "

يجتمع مجلس الأعضاء المنتدبين مرة علي الأقل كل أسبوعين وذلـــك بدعوة من رئيسه.

وتجنب دعوة المجلس للانعقاد إذا طلب ذلك عدد الأعضاء علي الأقل ويضع المجلس لائحة لتنظيم العمل به.

" المادة الرابعة عشر "

يشكل العضو المنتدب لجنة من مديري الإدارات في القطاع تعاونه في إداراته وتسيير العمل اليومي، واقتراح السياسة التي تسير عليها العمل فـــي ضوء قرارات مجلس الأمناء ومجلس الأعضاء المنتدبين وتوجيهاتهما.

ويتولي علي الأخص :

١- اتخاذ القرارات المتعلقة بالشئون التخصصية لأعمال القطاع.

٢- الموافقة علي مشروع الموازنة السنوية للقطاع.

٣- اقتراح فرض الرسوم وتحديد الأجور لأنواع الخدمات التـــي يؤديهـــا القطاع.

٤- البت في شئون العاملين بالقطاع.

٥- تعتمد أعمال هذه اللجنة من العضو المنتدب.

" المادة الخامسة عشر "

يخضع الاتحاد في أنظمته وشئون العاملين فيه وإدارة أمواله وحساباته وسائر شئونه للأحكام المنصوص عليها في هذا القانون واللوائح والقرارات التـــي يصدرها مجلس الأمناء دون التقيد بالقوانين واللوائح والتعليمات التي تجري عليها الحكومة.

"المادة السادسة عشر "

يحدد رأس مال الاتحاد بقرار من رئيس الجمهورية وذلك بناء علـــي تقييم الأصول والخصوم بمعرفة لجنة متخصصة يصدر بتشكيلها واعتمـــاد وصياتها قرار من وزير المالية.

ويكون من بين مهامها تحديد مديونيات الاتحاد طرف وزارة الماليـــة واقتراح اعتبارها كلها أو بعضها مساهمة مـــن الحكومـــة فـــي رأس مـــال الاتحاد.

" المادة السابعة عشر "

يكون للاتحاد موازنة مستقلة تصدر بقرار مـــن رئـــيس الجمهوريـــة يراعي في وضعها القواعد المتبعـــة فـــي إعـــداد موازنـــات المـــشروعات الاقتصادية ويجوز أن توضع للاتحاد موازنة استثمارية مساهمة لمدة أكثر من سنة بقرار من رئيس الجمهورية.

" المادة الثامنة عشر "

تبدأ السنة المالية للاتحاد من أول يناير وتنتهي في آخر ديسمبر

" المادة التاسعة عشر "

<u>تتكون إيرادات الاتحاد من :</u>

١- حصيلة رسوم الاستقبال الإذاعي والتليفزيوني.

٢- المواد الناتجة من نشاط قطاعاته وما يؤديه من خدمات.

٣- الاعتمادات التي تخصصها الدولة للاتحاد.
٤- الإعانات والهبات.
٥- ما يعقده من قروض في الحدود والقواعد التي يقررها رئيس مجلس الوزراء ويرحل فائض إيرادات كل سنة مالية إلى السنة التالية.
٦- حصة الاتحاد من فوائض الشركات العامة والمملوكة والتابعة.

" المادة العشرين "

يكون لكل قطاع موازنة داخلية تين موارده ومصروفاته والفائض أو العجز في الإيرادات.

" المادة الحادي والعشرين "

مع عدم الإخلال برقابة الجهاز المركزي للمحاسبات يجوز أن تعين الجمعية العمومية للإتحاد مراقباً أو أكثر للحسابات من الأشخاص الطبيعيين المتمتعين بجنسية جمهورية مصر العربية وتحدد الجمعية العمومية مكافأة المراقبة وتكون له حقوق مراقب الحسابات في الشركات المساهمة وعليه واجباته.

" المادة الثانية والعشرين "

يجوز لمجلس الأمناء أن يقرر أجراً وفقاً لفئات تحدد مقدما للبرامج والخدمات التي تقدم لأجهزة الدولة والهيئات العامة وما يتبعها من وحدات اقتصادية وتدرج قيمة تلك الخدمات سنويا في ميزانيات هذه الجهات في أول كل عام.

" المادة الثالثة والعشرين "

تودع الحكومة لحساب الاتحاد في البنك المركزي المصري الإعانة السنوية التي تقررها.

" المادة الرابعة والعشرين "

تنظم القوانين الصادرة بفرض رسوم على الاستقبال الإذاعي والتليفزيوني طريقة تحصيلها وتوريدها للاتحاد.

" المادة الخامسة والعشرين "

يكون للاتحاد اقتضاء حقوقه بطريق التنفيذ المباشر والحجز الإداري وفقا لأحكام القانون رقم ٣٠٨ لسنة ١٩٥٥ في شأن الحجز الإداري

" المادة السادسة والعشرين "

تعفي الأجهزة والمعدات الهندسية وأشرطة التسجيل والأسطوانات والأفلام الخام والمسجل عليها التي ترد للاتحاد من الرسوم الجمركية.

" المادة السابعة والعشرين "

تشكل للاتحاد جمعية عمومية برئاسة رئيس مجلس الأمناء وعضوية وزير الاقتصاد والتجارة الخارجية

وزير الشئون الاجتماعية

وزير التخطيط

وزير الدولة للشئون الخارجية

وزير الدولة لشئون مجلس الوزراء

وزير التعليم والثقافة

وزير المالية

وزير المواصلات

وزير الصحة

وزير الدولة لشئون مجلس الشعب.

" المادة الثامنة والعشرين "

تختص الجمعية العمومية للاتحاد بما يلي :

- ✓ اعتماد التقرير السنوي عن نشاط الاتحاد والشركات التابعة له والذي يعده مجلس الأمناء في إطار ما تحدده المادتان ٢، ٣ من هذا القانون.
- ✓ اعتماد تقرقر مراقب الحسابات.
- ✓ إقرار الموازنة التخطيطية للاتحاد وفي حالة ما إذا ترتب علي الموازنة التخطيطية أعباء مالية علي الموازنة العامة للدولة لا تسري إلا بموافقة الحكومة

- ✓ إقرار الموازنة السنوية والحسابات الختامية وحساب الأرباح والخسائر للاتحاد وتحديد الاحتياطات والمخصصات وتوزيع الأرباح.
- ✓ إقرار زيادة رأس مال الاتحاد وتحديد مصادر التمويل.
- ✓ الترخيص باستخدام المخصصات في غير الأغراض المخصصة لها في موازنة الاتحاد.
- ✓ إقرار مشروعات إنشاء الشركات أو المشاركة فيها أو مشروعات الإدماج أو التصفية للشركات المملوكة للاتحاد.
- ✓ تعيين مراقب لحسابات وتحديد مكافأته.

" المادة التاسعة والعشرين "

- تنعقد الجمعية العمومية العادية للاتحاد مرتين علي الأقل سنويا وذلك بدعوة من رئيسها كما يجوز دعوة الجمعية العمومية للانعقاد في دورة غير عادية وذلك بناء علي طلب رئيسها أو نصف عدد أعضائها أو بناء علي طلب وزير الدولة لشئون مجلس الوزراء.
- ولا يكون الاجتماع صحيحا إلا بحضور ثلثي الأعضاء وفي حالة عدم اكتمال العدد القانوني لصحة الانعقاد يؤجل الاجتماع لجلسة تالية و يكون الانعقاد صحيحا بحضور أي عدد من الأعضاء.

" المادة الثلاثون "

تصدر قرارات الجمعية العمومية بأغلبية أصوات الحاضرين وفي حالة التساوي يرجع الجانب الذي فيه الرئيس.

" المادة الحادي والثلاثين"

- يحضر مندوب الجهاز المركزي جلسات اجتماعات الجمعية العمومية دون أن يكون له حق التصويت.
- المادة الثانية والثلاثين لا يجوز للجمعية العمومية أن تتداول في المسائل الواردة في جدول الأعمال المبين في إعلان الدعوة للاجتماع.

" المادة الثالثة والثلاثون "

- يلغي القانون رقم ١ لسنة ١٩٧١ بإنشاء اتحاد الإذاعة والتليفزيون كما

يلغي كل حكم يخالف أحكام هذا القانون وتظـل القواعـد واللـوائح المعمول بها حاليا سارية لحين صدور اللوائح الجديدة

" المادة الرابعة والثلاثين "

- ينشر هذا القانون في الجريدة الرسمية ويعمل به من تاريخ نشره.

تعديلا ت قانونية جديدة بالقانون رقم (٢٢٣) لسنة ١٩٨٩ :

بعد مرور حوالي العشر سنوات علي صدور القانون رقم (١٣) لسنة ١٩٧٩ والخاص باتحاد الإذاعة والتليفزيون قدم الدكتور " عاطف صـدقي " رئيس مجلس الوزراء مذكرة إيضاحية إلي مجلس الشعب. في العام ١٩٨٩ لمشروع قانون بتعديل أحكام ذلك القانون ذكر فيها ما يلي :

صدر القانون رقم (١٣) لسنة ١٩٧٩ في شأن اتحاد الإذاعة والتلفزيون ليحل محل القانون السابق عليه رقم (١) لسنة ١٩٧١ بإنشاء اتحاد الإذاعة والتليفزيون.

وإذا انقضي علي صدور القانون الحالي مدة زمنية تقارب العشر سنوات طرأ خلالها متغيرات علي كثير من الأوضاع أهمها : إعادة إنشاء وزارة الإعلام، وتعيين وزير الإعلام وزيراً مختصا لشئون الإذاعة والتلفزيون ومنحه اختصاصات تقابل مسئولياته السياسية والبرلمانية في هذا الشأن وصدور قرار رئيس الجمهورية بتحديد اختصاصات وزارة الإعلام متضمنا العلاقة بينهما وبين اتحاد الإذاعة والتلفزيون واستدعي ذلك جميعه تعديل بعض نصوص القانون بما يحقق التوازن المطلوب بين هدف المشروع من إعطاء الاتحاد استقلالية لتحقيق رسالة الإعلام الإذاعي المسموع والمرئي وبين مسئولية وزير الإعلام الساسية والدستورية عن كل ما يتعلق بتحقيق هذه الرسالة.

- وتحقيقاً لما تقدم أعد مشروع القانون المرفق بتعديل المادة الأولي من القانون رقم (١٣) لسنة١٩٧٩، المشار إليه وذلك بإضافة صفة القومية إلي الاتحاد وأناطت به دون غيره.
- إنشاء وتملك محطات البث الإذاعي المسموع والمرئي بالجمهورية

وكذلك الإشراف والرقابة علي المواد المسموعة والمرئية التي تبثها أجهزته وتخضع لرقابته كل ما تنتجه الشركات المملوكة له.

- كما تضمن المشروع تعديل المادة الرابعة بان يكون وزير الإعلام هو المختص بشئون اتحاد الإذاعة والتليفزيون مع تحديد اختصاصاته في هذا الشأن وبأن يكون إتحاد مجلس للأمناء ومجلس للأعضاء المنتدبين وجمعية عمومية وأن يتكون الاتحاد من قطاعات هي : رئاسة اتحاد الإذاعة، والتليفزيون، والهندسة الإذاعية والإنتاج والشئون المالية والاقتصادية والأمانة العامة.
- هذا بالإضافة إلي تعديل المادة الثامنة بما يعطي وزير الإعلام الحق في دعوة مجلس الأمناء لدورة غير عادية وتعديل المادة العاشرة بما يعطيه أيضا من " اختيار نائبا لرئيس مجلس الأمناء من بين أعضاء مجلس الأمناء يتولي اختصاصات الرئيس عند غيابه " وتعديل المادة الثانية عشر : بحيث يعين عضو مجلس الأمناء المنتدب بقرار من رئيس الجمهورية لمدة ثلاث سنوات قابلة للتجديد ويكون التعيين في الوظائف الرئيسية بالاتحاد بقرار من وزير الإعلام وتعديل المادة الثامنة والعشرين ليكون تشكيل الجمعية العمومية للاتحاد برئاسة وزير الإعلام وأن يختص بتعيين عدد من ذوي الخبرة في مجالات الإعلام والأنشطة المرتبطة به كأعضاء في الجمعية.
- وقد وافق مجلس الشعب بالفعل علي هذه التعديلات وكان أن صدر بها القانون رقم (٢٢٣) لسنة ١٩٨٩.

☒ مشروع قانو ن لتنظيم البث المسموع والمرئي :

مادة (١) :

التعريفات :

في تطبيق أحكام هذا القانون يقصد بالمصطلحات الآتية المعاني المبينة قرين كل منها :

١- الوزير المختص : الوزير المعني بشئون الإعلام.

٢- الجهاز : الجهاز القومي لتنظيم البث المسموع والمرئي.

٣- مجلس الإدارة : مجلس إدارة الجهاز القومي لتنظيم البث المسموع والمرئي.

٤- البث : كل إذاعة أو إرسال أو إتاحة مشفرة أو غير مشفرة لأصوات أو لصور أو لصور وأصوات معا أو أي تمثيل آخر لها، أو لإشارات أو كتابات من أي نوع كانت لا تتصف بطابع المراسلات الخاصة، بما يسمح بأن يستقبلها أو يتفاعل معها الجمهور أو فئات أو أفراد معينة منه ومن ذلك ما يتم عن طريق وسائل سلكية أو لا سلكية أو عن طريق الكابلات والأقمار الصناعية أو عبر الشبكات الحاسوبية والوسائط الرقمية أو غير ذلك من وسائل وأساليب البث أو النقل الإرسال والإتاحة هذا ويعتبر من قبيل البث أي إذاعة أو إرسال أو إتاحة مشفرة أو غير مشفرة في العالات التي يمكن فيها لأفراد من الجمهور أن يختار الواحد منهم بنفسه وقت الإرسال ومكان استقباله.

٥- هيئة البث : كل شخص أو جهة منوط بها أو مسئول عن أي عمل من أعمال البث الإذاعي اللاسلكي السمعي أو السمعي البصري والذي يستوفي شرائط تكوينية طبقا لقانون إنشائه والذي يتم بمبادرة منه وعلي مسئولياته أي عمل من أعمال البث أو ما يسبقها من أعمال بقصد البث ويدخل في الأعمال السابقة للبث تجميع أو إنتاج أو شراء أو تخزين أو جدولة مواد البث أو أي مواد تقع عليها الحقوق محل الحماية بموجب التشريعات المنظمة للملكية الفكرية والحقوق المتصلة بها.

٦- خدمة البث : إعداد أو إتاحة البرامج والمواد المسموعة والمرئية وفقا لتعريف البث.

٧- إعادة البث : إعادة الإذاعة أو الإرسال أو إتاحة طبقا لتعريف البث السابق.

٨- الترددات : مخصصات البث المسموع والمرئي الأرضي والفضائي من الطيف الترددي والمحددة وفقا لإصدارات الاتحاد الدولي للاتصالات " ITU "

٩- المنطقة الجغرافية : الحدود الجغرافية، بما في ذلك المناطق المنظمة

بتشريعات خاصة التي يتم في نطاقها التـرخيص أو التـصريح وفقـا للقانون.

١٠- <u>التشفير</u> : أنظمة تقنية لتتحكم في خدمة البث بالإتاحـة أو المنـع أو الإيقاف.

١١- <u>الأكواد</u> : مجموعات الضوابط التي يضعها الجهاز.

١٢- <u>الترخيص</u> : هو الذي يصدر لشخص اعتباري وذلك لتمكينـه مـن القيام بالأعمال المتصلة بالبث وإعادة البث المسموع والمرئـي المـشفر وغير المشفر علي أن تقتصر المساهمة والملكية للأشخاص المـرخص لهم بالبث الأرضي علي الأشخاص الطبيعيين المصريين.

١٣- <u>المرخص له</u> : أي شخص اعتباري يرخص له من الجهاز بإنـشاء وتشغيل عمليات البث أو إعادة البث أو التوزيع أو البيع لهذه الخدمات.

١٤- <u>التصريح</u> : هو الذي يصدره الجهاز لشخص طبيعـي أو اعتبـاري لتمكينه من القيام بالاستيراد أو الاتجاه أو التصنيع أو التجميع أو التعامل تجارياً في الأجهزة والمعدات التي يتم استخدامها في البث وفي اسـتقبال البث المسموع والمرئي.

١٥- <u>المصرح له</u> : أي شخص طبيعي أو اعتباري يصرح له من الجهاز بمباشرة نشاط أو أكثر من أنشطة مثل الاستيراد أو الاتجار أو التصنيع أو التجميع أو التعامل علي الأجهزة والمعدات التي تستخدم في البث وفي استقبال البث المشفر أو غير المشفر.

<u>مــــــادة (٢)</u>

☒ <u>القواعد العامة لخدمات البث المسموع والمرئي</u>

يلتزم مقدموا خدمات البث المسموع والمرئي بمراعاة القواعد الآتية :

١- علانية وشفافية المعلومات وحماية حق الجمهور في الحـصول علـي المعلومة السليمة.

٢- حماية المنافسة الحرة بين المتنافسين في مجال خدمات البث.

٣- حماية حقوق ومصالح ملتقى خدمات البث.

٤- توفير الخدمة الشاملة للجمهور بما يتفق مـع التطـور الـديمقراطي

وضمان إتاحة البرامج الثقافية والتعليمية.

٥- عدم التأثير سلباً علي السلام الاجتماعي والوحدة الوطنية والنظام العام والآداب العامة.

٦- التقيد بضوابط وأكواد الخدمة التي تصدر وفقا لأحكام القانون وكــذلك ميثاق العمل الإعلامي العربي.

٧- الارتقاء بمستوي الرسالة الإعلامية وتقديم خدمة متميزة تلبي الحقوق والاحتياجات من العملية الإعلامية.

مـــــــــــادة (٣)

☒ إنشاء الجهاز

تنشأهيئة قومية لإدارة مرفق البث تسمي الجهاز القومي لتنظــيم البــث المسموع والمرئي يتبع الوزير المختص ويكــون للجهــاز الشخــصية الاعتبارية العامة ويكون مقره الرئيسي مدينة القاهرة كما يجوز بقــرار من مجلس إدارة الجهاز إنشاء فروع أو مكاتب أخري له بجميع أنحــاء الجمهورية.

مـــــــــــادة (٤)

☒ أهداف الجهاز : يهدف الجهاز إلي :

١- تنظيم ومتابعة كل ما يتعلق بنشاط البث وبصفة خاصة من حيث محتوي المنتج وإتاحته وتوزيعه واستقباله بمايضمن توافر وإستمرار الخدمة في الوفاء بمتطلبات أوجــه الاســتخدام المختلفــة لــدفع عجلــة التنميــة المستدامة.٠.

٢- إنشاء وتنظيم الآليات اللازمة لحماية مصالح الجمهور ومنتجي ونــاقلي وموزعي هذه الخدمات.

٣- اتخاذ التدابير ووضع اللاليات اللازمة لتحقق من المنافسة المشروعة في أنشطة إنتاج وبث وإعادة بث وتوزيع الخدمات المــسموعة والمرئيــة وتجنب الاحتكار في ضوء القواعد والقوانين السارية أو القواعد الخاصة التي يحددها الجهاز.

٤- تحقيق وإنفاذ المعايير الفنية والبيئية في مجال البث ومعايير الجودة فــي

شئون المحتوي والبث والإنتاج والتوزيع والاستهلاك وذلك كله بما يتفق ومتطلبات الحفاظ علي القيم والسلام الاجتماعي.

٥- ضمان وصول خدمات البث إلي جميع مناطق الجمهورية بما فيها مناطق التوسع الاقتصادي والعمراني والمناطق الحضرية والريفية والنائية بأعلى درجة ممكنة من جودة الأداء.

مـــادة (٥)

☒ اختصاصات الجهاز

للجهاز في سبيل تحقيق أهدافه أن يقوم بجميع التصرفات والأعمال اللازمة وله علي الأخص ما يأتي :

١- وضع النظم الإدارية والمالية والخطط التي تتفق ونشاطه طبقاً لأحكام هذا القانون والقرارات الصادرة تنفيذا له وبدون التقيد باللوائح والنظم الحكومية.

٢- وضع الأسس والقواعد التي يتم بناء عليها منح التراخيص والتصاريح التي يصدرها الجهاز ووضع اللوائح التنفيذية لهذه الأسس والقواعد متضمنة تحديد المقابل المالي للتصاريح والتراخيص والخدمات التي يقدمها الجهاز.

٣- تحديد الاشتراطات الواجب توافرها في المرخص والمصرح له وعلي الأخص فيما يتعلق بالطبيعة القانونية والشروط الفنية والتقنية والمالية.

٤- تحديد الأسس والقواعد التي يلتزم بها المرخص لهم ومقدمو خدمات البث وإعادة البث والتوزيع والتعامل علي المنتجات المسموعة والمرئية وفقا لأحكام هذا القانون.

٥- تحديد الضوابط والأكواد الخاصة بمواصفات الجودة الفنية البرامجية وتلك المتعلقة بميثاق الشرف الإعلامي والمتعلقة بالمواد الإعلامية والأكواد الخاصة بالتمويل بطرقه المختلفة وآيه أكواد أخري يصدرها الجهاز وتكون هذه الأكواد ملزمة للمرخص لهم بمجرد إصدارها أو اعتمادها من الجهاز.

٦- وضع القواعد التي تحقق المنافسة المشروعة في أنشطة إنتاج وبث

وإعادة البث وتوزيع منتجات وخدمات البث والتعامل عليها وذلك ضمناً المثقفين للخدمة.

٧- وضع أسس وأساليب وآليات تسوية المنازعات التي قد تنشأ فيما بين المرخص أو المصرح لهم.

٨- وضع قواعد منح الترخيص إنشاء وإدارة وتشغيل وبث وإعادة بث وصيانة مشروعات وأنشطة خدمات البث وإعادة البث ونقلها وتوزيعها.

٩- وضع قواعد منح تراخيص بفتح مكاتب تمثيل لجهات البث وإعادة البث الأجنبية في مصر وتحديد نطاق مباشرة أعمالها.

١٠- وضع قواعد منح التصاريح في شأن استخدام الترددات المخصصة للبث.

١١- وضع قواعد منح التصاريح في شأن الاستيراد أو الاتجار أو التصنيع أو التجميع أو التعامل علي الأجهزة والمعدات التي يتم تحديدها بقرار من مجلس الإدارة والتي تستخدم في البث وفي استقبال البث المشفر أو غير المشفر.

١٢- متابعة خدمات البث بما في ذلك ما يتم عبر المحمول والإنترنت وال Max y وأية وسائط أخري وحالية أو مستقبلية لضمان الالتزام بالضوابط والمواصفات ومعايير الجودة بصفة خاصة المقررة في شأن المحتوي والبث والإنتاج والتوزيع والاستهلاك وحماية المجتمع وقيمة وحماية صغار السن من التجاوز في المحتوي المتعلق بالجنس والعنف والقهر، وذلك مع مراعاة أن تتم كل هذه الأنشطة في إطار الالتزام بالقوانين السارية في جمهورية مصر العربية..

١٣- لضمان الالتزام بالضوابط والمواصفات ومعايير الجودة وبصفة خاصة مقررة في شأن المحتوي والبث والإنتاج والتوزيع والاستهلاك وحماية المجتمع وقيمة وحماية صغار السن من التجاوز في المحتوي المتعلق بالجنس والعنف والقهر وذلك مع مراعاة أن تتم كل هذه الأنشطة في إطار الالتزام بالقوانين السارية في جمهورية مصر العربية.

١٤- متابعة ومراجعة مواصفات الجودة لدي المرخص والمصرح لهم بهدف تطبيق المعايير المثلي للتشغيل ومستويات الأداء التقني البرامجي

والإعلاني وفي المجالات الأخرى التي تنظمها الأكواد الصادرة عن الجهاز.

١٥- نشر وإتاحة المعلومات والتقارير والتوصيات التي تساعد المرخص والمصرح لهم والمتعاملين مع الجهاز علي معرفة حقوقهم والتزاماتهم وتعريفهم طبيعة الدور الذي يؤديه الجهاز وذلك في إطار من الشفافية الكاملة.

١٦- إبداء المشورة وتقديم الخبرة في شأن المنازعات التي قد تنشأ حول حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالبث المسموع والمرئي.

١٧- بحث شكاوي الجمهور ومستهلكي خدمات الإعلام المرئي والمسموع بما يكفل حماية مصالحهم قبل المرخص لهم.

١٨- النظر في المنازعات التي قد تنشأ فيما بين المصرح أو المرخص لهم أو فيما بينهم وبين المستخدمين.

١٩- تمثيل الدولة في المحافل والمؤتمرات المتعلقة بعمل الجهاز والمتعلقة بإبرام المعاهدات والاتفاقيات الدولية في مجال البث المسموع والمرئي.

٢٠- التنسيق مع الأجهزة النظيرة في الدول الأخرى بالنسبة للأمور ذات الاهتمام المشترك.

٢١- تنظيم برامج تدريبية وندوات في نطاق اختصاص الجهاز.

مادة (٦)

يقوم الجهاز بتطبيق وإنفاذ أحكام تشريعات حماية الملكية الفكرية وبصفة خاصة الأحكام المنظمة لحقوق هيئات الإذاعة ويكون للجهاز إصدار اللوائح التنفيذية لما ورد بها في هذا الخصوص.

مادة (٧)

يتولي الجهاز وحدة دون غيره إدارة وتنظيم استخدام ترددات المحدودة له وفقا لإصدارات الاتحاد الدولي للاتصالات ووضع خطتها بما يحقق أفضل استغلال لها ولا يجوز استخدام هذه الترددات إلا وفقا لما تصدر به التراخيص في إطار أنشطة وأهداف الجهاز.

مـــــــــــــــــــــــادة (٨)

☒ الموارد المالية للجهاز :

تتكون موارد ومصادر تمويل الجهاز مما يلي :

١- المبالغ التي تخصصها له الدولة في الموازنة العامة

٢- مقابل التراخيص والتصاريح التي يصدرها الجهاز.

٣- مقابل الأعمال والدراسات والاستثمارات والخدمات التي يؤديها الجهـــاز المرخص أو المصرح له أو للغير سواء في الداخل أو الخارج.

٤- النسبة التي يخصصها مجلس الوزراء للجهاز مقابل امتيـــاز اســـتخدام الترددات المخصصة للبث المسموع والمرئي الذي يؤول للخزانة العامة للدولة عند منح هذا الامتياز وذلك بناء علي عرض الوزير المختص بعد التشاور مع وزير المالية.

٥- عائد استثمار أموال الجهاز.

٦- حصيلة الغرامات والتعويضات التي يحكم بها طبقا لهذا القانون.

٧- الهبات والتبرعات والإعانات والمنح التي يقبلها مجلـــس إدارة الجهـــاز وكذلك القروض التي يوافق عليها في ضوء القواعد والقـــرارات التـــي يصدرها في هذا الشأن.

مـــــــــــــادة (٩)

يكون للجهاز موازنة خاصة مستقلة يتم إعدادها طبقا للقواعد التي تحـــددها اللوائح الداخلية وبإتباع قواعد النظام المحاسبي الموحد وذلـــك دون التقيـــد بالقوانين أو اللوائح أو القواعد أو النظم الحكومية.

ويحدد مجلس إدارة الجهاز بداية السنة المالية ونهايتها في أول جلسة انعقـــاد له.

كما يكون للجهاز حساب خاص لدي البنوك تودع فيه موارده ويرحل الفائض من موازنة الجهاز من سنة لأخري إلي صندوق الخدمـــة الـــشاملة أو إلـــي الميزانية المستقلة للجهاز حسب القرار الذي يتخذه مجلس إدارته.

مـــــــــــادة (١٠)

يحدد مجلس إدارة لجهاز أوجه الاتفاق علي الأغراض أو الأهداف التي

يختص بها الجهاز علي أن يشمل ذلك الإنفاق علي البحث العلمي ودراسات التطوير ذات الصلة بنشاط الجهاز التي يتولاها أو يسددها للغير.

مـــــــادة (١١)

تعامل أموال الجهاز معاملة المال العام فيما يتعلق باقتضاء حقوقه بطريق التنفيذ المباشر والحجز الإداري طبقاً لأحكام التشريعات المنظمة لذلك.

مـــــــادة (١٢)

☒ مجلس الأمناء :

يكون للجهاز مجلس للأمناء كما يجوز إنشاء مجالس وقطاعات أخـــري وفقاً لاحتياجات العمل وذلك بقرار من مجلس إدارة الجهاز.

يشكل مجلس أمناء الجهاز علي النحو الآتي :

- رئيس الجهاز رئيساً لمجلس الأمناء.
- عدد زوجي من الأعضاء لا يجاوز عـــشرون عـــضواً مـــن بـــين الشخصيات العامة ذات المشاركة الفعالة في النشاط الفكري الديني والفنـــي والعلمي والثقافي والصحفي والاقتصادي والهندســـي والمـــالي والقـــانوني المهتمين بنشاط الشباب والمرأة والطفولة وغيرها من النشاطات. ويـــصدر بتعيينهم وتحديد مكافآتهم ومدة عضويتهم قرار من رئيس مجلـــس الـــوزراء بناء علي ترشيح الوزير المختص.

لمجلس الأمناء أن يتخذ ما يلزم من القرارات لتحقيق أغراضه وفقا لأحكـــام هذا القانون وله علي وجه الخصوص ما يأتي :

- ✓ وضع ميثاق شرف للعمل الإعلامي والرقابة علي الإعلام في الإذاعـــة المسموعة والمرئية وأخلاقيات الرسالة الإذاعية وتحديد أسلوب الالتزام بهذا الميثاق.
- ✓ إبداء الرأي في التشريعات المتعلقة بالبـــث وإعـــادة البـــث المـــسموع والمرئي.
- ✓ وضع قواعد الاستعانة بالخبرات الأجنبية في مجال الإذاعة المـــسموعة والمرئية.

- ✓ وضع المعايير العامة لاختيار المواد والبرامج التي يحصل عليها من الخارج.
- ✓ وضع أسس تقييم الداء والحكم علي كفاية النشاط..
- ✓ لمجلس الأمناء أن يشكل لجاناً دائمة أو مؤقتة من بين أعضائه لمعاونته في دراسة ما يقدم له من موضوعات وله أن يضم إلي تلك اللجان أعضاء من داخل الجهاز أو خارجه.
- ✓ يعقد مجلس الأمناء دورة عمل عادية كل شهر علي الأقل ويجوز دعوته للانعقاد في غير موعد الدورة العادية بناء علي طلب من رئيسه، أو إذا طلب ذلك نصف عدد أعضاء المجلس ولا يكون الاجتماع صحيحاً إلا إذا حضره نصف عدد أعضائه علي الأقل ويتولي رئيس المجلس توجيه الدعوة إلي اجتماعاته وإعداد جدول أعماله وتصدر قرارات المجلس بأغلبية الحاضرين وعند التساوي يرجح الجانب الذي منه الرئيس وتبلغ قرارات مجلس الأمناء إلي مجلس إدارة الجهاز لوضعها موضع التنفيذ.

مادة (١٣)

☒ يتولي إدارة الجهاز مجلس الإدارة برئاسة الوزير المختص وعضوية كل من :

١- الرئيس التنفيذي للجهاز.
٢- رئيس اتحاد الإذاعة والتليفزيون أو من يحل محله من رؤساء الكيانات المملوكة للدولة التي يتم إنشاؤها للقيام بأعمال منوطة حالياً بالاتحاد.
٣- رئيس الهيئة العامة للاستعلامات.
٤- أحد نواب رئيس مجلس الدولة.
٥- ممثل عن هيئة الأمن القومي.
٦- ممثل عن وزارة الداخلية.
٧- ممثل عن وزارة الخارجية.
٨- ممثل عن وزارة الاتصالات.
٩- ممثل عن وزارة الثقافة.

١٠- خمسة أعضاء منهم ثلاثة من ذوي الخبرة من غير العـاملين فـي الجهاز والهيئات أو المؤسسات العامة وشركات القطاع العام أو شركات قطاع الأعمال العام علي أن يكون منهم اثنان من الشخـصيات العامـة يمثلون مستخدمي خدمات البث.

ويصدر بتعيين أعضاء مجلس إدارة الجهاز وتحديد مكافآتهم قرار من رئيس مجلس الوزراء وتكون مدة عضوية مجلس الإدارة ثلاث سنوات قابلة للتجديد لمرة واحدة.

ويجوز لمجلس الإدارة أن يشكل من بين أعضائه أو من ذوي الخبـرة لجنة أو أكثر يعهد إليها بما يوكله إليها الجهاز من مهام كما يجوز لـه أن يفوض الرئيس التنفيذي للجهاز في بعض اختصاصاته.

مـــــــــادة (١٤)

يهيمن مجلس إدارة الجهاز علي شئونه وتصريف أموره وله أن يتخذ ما يراه لازما من قرارات لتحقيق الأهداف التي أنشئ الجهاز من أجلها.
ويباشر المجلس اختصاصاته علي الوجه المبين بهذا القـانون ولـه علـي الأخص ما يلي :

١- اعتماد الهيكل التنظيمي والإداري للجهاز بما يكفل تحقيـق أغراضـه وأهدافه ومباشرة جميع اختصاصاته علي أن يتضمن هذا الهيكل علي وجـه الخصوص اللجان الآتية :

- ✓ لجنة بحث وتسوية المنازعات بين المرخص لهم.
- ✓ لجنة شكاوي الجمهور.
- ✓ لجنة متابعة المحتوي المسموع والمرئي.
- ✓ اللجنة الهندسية.
- ✓ اللجنة القانونية.
- ✓ اللجنة الاقتصادية والمالية.
- ✓ لجنة التراخيص والتصاريح
- ✓ لجنة البحوث والتطوير

٢- إصدار ومنح تراخيص الإنشاء والإدارة والتشغيل والبث وإعادة البـث

والصيانة اللازمة لقيام بأنشطة إنتاج ونقل وبث وإعادة بـث وتوزيـع منتجات وخدمات البث وإعادة البث وكذا تحديد خالات إيقاف وسـحب التراخيص وإجراءات النظام منها وذلك كله دون الإخـلال بالأنـشطة التي تحكمها اتفاقيات خاصة سارية وقت صدور هذا القـانون وحتـي انتهاء مدتها الأصلية.

٣- إصدار القواعد الضوابط واللوائح الخاصة بإصدار التصاريح للاستيراد أو الاتجار أو التصنيع أو التجمع أو التعامل في الأجهزة والمعدات التي تم تحديدها بقرار من مجلس إدارة الجهاز والتي تستخدم في البث وفي استقبال البث المسموع والمرئي المشفر وغير المشفر.

٤- إصدار القواعد والضوابط واللوائح الخاصة بمنح تراخيص إنشاء إدارة وتشغيل وبث وإعادة بث وصيانة مشروعات وأنشطة خـدمات البـث وإعادة البث ونقلها وتوزيعها وتحديد هذه التراخيص ومراقبة تنفيذها.

٥- إصدار القواعد والضوابط واللوائح الخاصة بمنح تراخيص فتح مكاتـب تمثيل لجهات البث وإعادة البث الأجنبية في مـصر وتحديـد نطـاق مباشرة أعمالها.

٦- إصدار الشروط الواجب توافرها في الاتفاقات المتعلقة باستخدام شبكات نقل وتوزيع وإعادة البث للخدمات المقدمة من آخرين ووضع القواعـد الكفيلة بضبط مستوي أسعار تقديم البث للجمهور.

٧- اعتماد وإصدار معايير الأداء لادارة خدمة مـستخدمي خـدمات البـث وحماية مصالحهم وتتقييم مدي استجابة المرخص لهم لشكاواهم.

٨- اعتماد التدابير الإدارية اللازمة لمواجهة حالات المخالفة الواردة بالمادة (٣٠) من هذا القانون.

٩- إصدار اللوائح الداخلية المتعلقة بالشئون الفنية والمالية والإدارية ولوائح المشتريات والمخازن وغيرها من اللوائح المتعلقة بتنظيم نشاط الجهاز وذلك دون التقيد بالقوانين أو القواعد أو اللوائح أو النظم المطابقة علي الأجهزة والمؤسسات والهيئات الحكومية.

١٠- إصدار اللوائح الخاصة بالعاملين في الجهاز علي أن تتـضمن كافـة

الأحكام المنظمة لشئونهم وعلي الأخص لتعيينهم وتحديد رواتبهم وبدلتهم ومكافأتهم ومزاياهم النقدية والعينية ورعايتهن صحيا واجتماعيا وثقافيا وتأديبهم وإنهاء خدماتهم وسائر شئونهم الوظيفية دون التقيد بالقوانين أو القواعد أو اللوائح أو النظم التي تلتزم بها الأجهزة في المؤسسات والهيئات الحكومية.

١١- إصدار اللوائح المنظمة لتحديد مقابل التراخيص التصاريح والخدمات التي يؤديها الجهاز.

١٢- اعتماد وإصدار القواعد والضوابط الخاصة بالجودة التقنية والقياسات المعيارية وقياسات جودة الأداء لمختلف خدمات البث بما يؤدي إلي الالتزام بالمستوي المحدد للأداء والمتابعة الدورية لنتائج تطبيق هذه القواعد والضوابط والقياسات.

١٣- قبول الهبات والتبرعات والإعانات والمنح التي ترد إلي الجهاز بما لا يتعارض مع أغراضه.

١٤- الموافقة علي الموازنة السنوية وكذلك اعتماد الميزانية والحسابات الختامية للجهاز.

-٣

مادة (١٥)

ينشأ بقرار من مجلس إدارة الجهاز صندوق يسمي الخدمة الشاملة ويحدد قرار إنشائه من مجلس إدارة الجهاز ومعاملته المالية وكذلك تحديد اختصاصات وأهداف وأغراض الصندوق.

ويختص مجلس إدارة الجهاز أيضا بإصدار اللوائح المالية والإدارية للصندوق وما يلزم لحسن سير عمله من لوائح وضوابط أخري وذلك دون التقيد بالقوانين أو اللوائح أو القواعد أو النظم الحكومية.

ويختص مجلس إدارة الصندوق بالصرف من ميزانية الصندوق وموارده علي أوجه الصرف التي تتعلق بأغراضه واختصاصاته وبصفة خاصة ما يلي :

١- مشروعات البنية الأساسية لتحقيق الخدمة الشاملة للبث المسموع والمرئي في كافة أنحاء الجمهورية.

٢- دعم البرامج التعليمية والثقافية العامة والتاريخية التي في إطار توجهات الدولة.

٣- إجراء البحوث ودراسات التطوير وعمليات التدريب المتصلة والمتعلقـة بعمل الجهاز.

٤- أي مشروعات يكون من شأنها تحقيق أهداف الجهاز.

مـــــــــادة (١٦)

يجتمع مجلس إدارة الجهاز بدعوة من رئيسه مرة علي الأقل كل شهر وكلما اقتضت الضرورة ذلك، ويكون اجتماعه صـحيحاً بحـضور أغلبيـة أعضائه، وتصدر قراراته بأغلبية أصوات الحاضرين وعند التساوي يرجح الجانب الذي منه الرئيس.

وللمجلس أن يدعو لحضور جلساته من يري الاستعانة بخبراتهم دون أن يكون لهم صوت معدود في التصويت.

مـــــــــادة (١٧)

يلتزم الجهاز في إطار مبدأ الشفافية بإصدار تقـارير دوريـة كلمـا اقتضت الحاجة ذلك عن أنشطة البث المسموع والمرئي مع عـدم الإخـلال بمقتنيات سرية المعلومات وتلتزم جميع الجهات العاملة في مجال البث إنتاجا ونقلاً وتوزيعاً موافاة الجهاز ما يطلبه من تقارير أو بيانات أو إحصاءات أو معلومات أو تسجيلات أو نصوص تتصل بنشاطه.

مـــــــــادة (١٨)

يقدم رئيس الجهاز إلي رئاسة مجلس الوزراء تقريراً سنويا عن نشاط الجهاز وأعماله..

مـــــــــادة (١٩)

الرئيس التنفيذي للجهاز :

يكون للجهاز رئيس تنفيذي يعين بقرار من رئيس مجلس الوزراء بناء علي اقتراح الوزير المختص لمدة ثلاثة سنوات قابلة للتجديد ويتضمن قرار تعيينه معاملته المالية، ويقوم الرئيس التنفيذي للجهاز بتمثيل الجهـاز أمـام القضاء وأمام الغير كما يكون مسئولا أمام مجلس الإدارة عن سـير أعمـال

الجهاز فنيا وإداريا وماليا في ضوء الاختصاصات المنوطة بالجهاز وله علي الأخص ما يأتي :

١- تنفيذ قرارات مجلس الإدارة
٢- المعاونة في إدارة الجهاز وفي تصريف شئونه عل سير العمل به
٣- عرض تقارير دورية علي مجلس الإدارة عن نشاط الجهاز وسير العمل به وما تم إنجازه وفقاً للخطة والبرامج الموضوعة وتحديد معوقات الأداء والحلول المقترحة لتفاديها.
٤- القيام بأعمال أو مهام يكلفه بها مجلس الإدارة.
٥- الاختصاصات الأخرى التي تحدها اللوائح الداخلية للجهاز.

ويجوز للرئيس التنفيذي أن يفوض غيره ممن يحددهم مجلس الإدارة في مباشرة بعض اختصاصاته.

مادة (٢٠)

يباشر الرئيس التنفيذي للجهاز اختصاصات رئيس مجلس الإدارة وذلك في حالة غيابه أو خلو منصبه ويحدد رئيس مجلس الإدارة من يحل محل الرئيس التنفيذي في حالة غيابه أو خلو منصبه.

مادة (٢١)

التراخيص والتصاريح :

١- مع عدم الإخلال باختصاص الجهاز القومي للاتصالات بإصدار تراخيص الخدمات عبر المحمول والإنترنت والy max لا يجوز مباشرة أو القيام بأي أعمال أو أنشطة أو إبرام أي تعاقدات من التي تطلبت المادة (٥) من هذا القانون إصدار التراخيص أو التصاريح بشأنها إلا بعد استصدار الترخيص أو التصريح وفقا للقواعد والإجراءات المبينة في هذا القانون واللوائح والقرارات المنفذة له. كما يتولي وحدة دون غيره إصدار التراخيص لهيئات الإذاعة ومن بينها للقنوات الفضائية والجهات التي تبث داخل الجمهورية وفقا للشروط والضوابط إلى يضعها مجلس إدارة الجهاز.
٢- تقدم طلبات الحصول علي التراخيص المنصوص عليها في هذا القانون

مرفقاً بها جميع المستندات المطلوبة ويسدد عن كل طلب رسم قـــدره ألف جنيه مصري.

٣- للجهاز أن يطرح موضوع التراخيص المتاحة عن طريق الممارسة أو في مزايدة علنية يتم إرسالها علي أعلي عرض يقدم بشأن المقابل الذي يسدد للجهاز ويصدر الترخيص لمن يرسي عليه المزاد بذات الضوابط والشروط التي طرح بناء عليها المزاد وبدون رسوم.

٤- ويستوفي رسم لا يجاوز خمسمائة ألف جنيه سنويا علي كل ترخيص يصدر في غير الحالات التي لا يطرح فيها الجهاز النشاط في مزايـــدة علنية أو عن طريق الممارسة.

٥- تنشر القرارات الصادرة من الجهاز بشأن التراخيص أو التصاريح في الوقائع وإحدى الصحف اليومية واسعة الانتشار وذلـــك علـــي نفقـــة المرخص له علي أن يشمل النشر جميع شروط الترخيص.

٦- علي الأشخاص والجهات والقنوات التي تباشر نشاطها أو اســتكملت مقومات إنشائها قبل إصدار هذا القانون توفيق أوضاعها خلال سنة من تاريخ العمل به.

<u>مــــادة (٢٢)</u>

بمراعاة الاشتراطات التي يحددها الجهاز وفقا لأحكام المادة (٥) فقرة (٣) من هذا القانون يقدم طلب الحصول علي أي من التراخيص والتصاريح المنصوص عليها في هذا القانون علي النماذج التي يضعها الجهاز مصحوباً بالبيانات والمستندات التي يحددها وعلي الأخص ما يثبـــت الكفـــاءة الفنيـــة والتقنية والمالية لطالب الترخيص.

<u>مـــــــادة (٢٣)</u>

يتولي الجهاز رئاسة طلبات الترخيص المقدمة وفقا لأحكام المادة (٢٠) وعلي الجهاز البت فيها خلال مدة لا تجاوز تسعين يوما من تاريخ تقـــديمها بشرط أن تكون مستوفية لكافة البيانات والمستندات وللجهاز مد هذه المهلـــة لمدة أخري مماثلة.

وإذا لم يبث الجهاز في الطلب خلال تلك المدد اعتبر الطلب مرفوضا.

مـــــــــادة (٢٤)

يتولي الجهاز رئاسة طلبات الحصول علي التصاريح وفقـا لأحكـام المادة (٢٠) وعلي الجهاز البت في تلك الطلبات خلال مدة لا تجاوز سـتين يوما من تقديم الطلب مستوفيا لكافة البيانات والمستندات فإذا لم يبت الجهاز في الطلب خلال تلم المدة اعتبر الطلب مرفوضاً .

مـــــــــادة (٢٥)

استثناء من أحكام القانون رقم ٧ لسنة ٢٠٠٠ يحق لمقدم الطلب الذي يرفض الجهاز طلبه ولكل ذي شأن أن يطعن مباشرة علي قرارات الجهـاز أمام محاكم مجلس الدولة خلال المواعيد المقررة في قانون مجلس الدولة.

مـــــــادة (٢٦)

في مجال إعمال أحكام هذا القانون يختص الجهاز بوضـع وتطبيـق اللوائح والضوابط الخاصة بتنظيم المنافسة ومنع الاحتكار

مـــــــادة (٢٧)

يحدد الترخيص الصادر للمرخص له التزاماته ويجب أن تتضمن التراخيص علي الأخص ما يأتي :

١- اسم المرخص له وبياناته.
٢- نوع الخدمة والتقنية المستخدمة.
٣- مدة الترخيص علي ألا تقل عن سنة قالبة للتجديد ولا تحتسب فيهـا فترة البث التجريبي التي يحددها الجهاز.
٤- الترددات والمناطق الجغرافية لتقديم لخدمة.
٥- الالتزام بضوابط سعر الخدمة وعناصر التكلفة التـي روعيـت عنـد تحديدها وطرق تحصيلها والالتزام بإعلان عن ذلك.
٦- الالتزام بالاستمرار في تقديم الخدمة والإجراءات الواجبة الاتباع فـي حالة قطع الخدمة أو إيقافها.
٧- الالتزام بإعداد تقارير دورية عن النشاط شـاملة تزويـد مـستخدمي الخدمة بالنشرات والمعلومات اللازمة.

٨- الالتزام بإتاحة الخدمات لجمهور المستخدمين دون تمييز.
٩- الالتزام بفحص الشكاوي إلى قد يقدم بها المستخدمون والرد عليها.
١٠- الالتزام بأداء ما يحدده الجهاز مقابل الأعباء التي يتحملها فـــي ســبيل التحقق من وفاء المرخص له بالتزاماته وكــذلك الوفـــاء بالتأمينـــات والضمانات التي يقررها الجهاز وجميع المستحقات الدورية.
١١- الالتزام بتقديم ما يطلبه الجهاز من المعلومـــات والبيانـــات المتـــصلة بموضوع الترخيص.
١٢- الالتزام بتقديم الخدمات في ظل قواعد المنافسة الحرة.

مـــــــادة (٢٨)

يحدد الجهاز الخدمات التي تعتبر أساسية في تشغيل ومزاولة الأنشطة المرخص بها ويتولي وضع ضوابط أسعار كل منها ويراعي في هذا الــشأن الدراسات والاقتراحات التي يقدمها طلب الترخيص إلي الجهاز.

مـــــــادة (٢٩)

لا يجوز التنازل كليا أو جزئيا عن التراخيص أو التصاريح الــصادرة وفقا لهذا القانون إلا بعد الحصول علي موافقة كتابية مسبقة من الجهاز وفقا للضوابط التي يضعها الجهاز.

مـــــــادة(٣٠)

ينشئ الجهاز نظاماً للتسجيل يتضمن علي وجه الخصوص ما يأتي :

١- أسماء المتقدمين بطلبات الحصول علي التراخيص والتصاريح وأســماء المرخص والمصرح لهم ونوع الخدمات وموضوع التصاريح في كل حالة.
٢- مقابل التراخيص والتصاريح والخدمات التي يقدمها الجهاز.
٣- مقابل الخدمات التي يقدمها المرخص له.
٤- المعلومات الأخرى المتعلقة بشبكات البث ومن ذلك التـــرددات المتاحـــة والترددات التي تم الترخيص بها.
٥- قوائم المشتركين لدي كل مرخص له.

ويكون لكل ذي شأن بناء علي طلب كتابي الاطلاع علي البيانات المسجلة المشار إليها بمقابل يحدده الجهاز بما لا يجاوز ألف جنيه.

مــــــــادة (٣١)

يتولي الجهاز النظر في المنازعات التي قد تنشأ فيما بين المصرح أو المرخص لهم أو فيما بينهم وبين المستخدمين واتخاذ القرارات في شأنها خلال مدة لا تتجاوز ستين يوما من تاريخ التقدم بطلب النظر فيها من صاحب الشأن وذلك كله دون إخلال بحق أطراف المنازعة في اللجوء إلي القضاء أو التحكيم بشأنها بعد صدور قرار الجهاز فيها أو انقضاء المدة المحددة لإصدار هذا القرار.

مــــــــادة (٣٢)

❖ التدابير الإدارية :

يجوز للجهاز وبعد إجراء التحقيق اللازم في حالة مخالفة أياً من أحكام هذا القانون أو اللوائح التنفيذية له أو قرارات الجهاز أو ضوابط الجودة التقنية أو الأكواد البرامجية أو ضوابط الإعلان أو القياسات المعيارية لجودة الأداء أن يتخذ أيا من التدابير الآتية :

- ✓ إنذار المخالف.
- ✓ وقف الترخيص أو التصريح جزئيا أو كليا لمدة يحددها الجهاز.
- ✓ سحب الترخيص أو التصريح.
- ✓ إخطار الجهاز القومي للاتصالات ليتولي تنفيذ التدبير الذي يتقرر من بين التدابير المتقدمة في خصوص الترخيص بالخدمة عبر المحمول والإنترنت وال y max وأية وسائط أخري حالية أو مستقبلية.

مــــــــادة (٣٣)

١. أحكام انتقالية :

تنشأ شركات مصرية مملوكة للدولة تباشر الأعمال المنوطة باتحاد الإذاعة والتليفزيون في ضوء ما تصدر به اللائحة التنفيذية وتحدده القرارات الصادرة من الوزير المختص.

تؤول إلي شركات المنشأة وفقا للفترة السابقة الأصول والحقوق

الخاصة باتحاد الإذاعة والتليفزيون والالتزامات الواقعة علي عاتقـة وذلـك وفقا للتحديد الذي تصدر به اللائحة التنفيذية وتحدده القرارات الصادرة مـن الوزير المختص.

ومع عدم الإخلال بسلطات واختصاصات الجهاز الـواردة فـي هـذا القانون يستمر اتحاد الإذاعة والتليفزيون في مباشرة نشاط البـث المـسموع والمرئي لحين إنشاء الشركات السالف الإشارة إليها ومباشرتها لنشاطها.

ويصدر الجهاز التراخيص والتصاريح اللازمة لاستمرار اتحاد الإذاعـة والتليفزيون في القيام بعمليات البث التي يضطلع بمباشرتها علي أن يكـون ذلك بدون مقابل لمدة سبع سنوات من تـاريخ إصـدار هـذه التـراخيص والتصاريح.

مـــــــادة (٣٤)

٢. العقوبات :

مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد منصوص عليها في قانون العقوبات أو أي قانون آخر يعاقب علي المخالفات والجرائم المنصوص عليها في المـواد التالية بالعقوبات المقررة فيها.

مـــادة (٣٥)

يعقب بالحبس وبغرامة لا تقل عن مقابل التراخيص ولا تجاوز ضعفه أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من قام دون الحصول علي ترخيص من الجهاز بالبث أو إعادة البث أو التوزيع أو التشغيل لخدمات البث المسموع والمرئي وتكون عقوبة الحبس وجوبيه في حالة العودة.

وفي جميع الأحوال تحكم المحكمة بمصادرة الأجهزة والمعـدات التـي استعملت في ذلك النشاط.

مـــــــادة (٣٦)

يعاقب بالحبس وبغرامة لا تقل عن مقابل التصريح ولا تجاوز ضعفه أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من قام دون الحصول علي تصريح من الجهاز بالاستيراد من أجل الاتجار أو قام بإنتاج أو التجميع أو العرض بقصد البيع أو التأجير لأجهزة البث أو فك الشفرة Decoder الخاصة باسـتقبال البـث

المسموع والمرئي.
وتحكم المحكمة بمصادرة الأجهزة التي لم يصدر تصريح بشأنها.
يعاقب بالحبس وبغرامة لا تقل عن عشرة آلاف جنيه ولا تجاوز خمسين ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من قام بسوء نية بهدم أو إزالة أو تعيب لآية أجهزة من أجهزة البث أو إعادة البث أو الاستقبال أو فك الشفرة المخصصة للبث المسموع والمرئي أو جعلها كلها أو بعضها غير صالحة للاستعمال بأية كيفية.
وإذا وقع فعل من الأفعال المشار إليها في الفقرة السابقة نتيجة إهمال أو عدم احتراز فتكون العقوبة الحبس الذي لا يجاوز ثلاثة أشهر والغرامة التي لا تقل عن خمسمائة جنيه ولا تجاوز ألف جنيه أو إحدى العقوبتين.
وفي جميع الأحوال تقضي المحكمة من تلقاء نفسها بالإلزام من قام بالفعل بأداء قيمة الأشياء التي هدمت أو أزيلت أو أتلفت أو بنفقات إعادة الشيء إلي أصلة مع عدم الإخلال بالحق في التعويض المناسب.

مادة (٣٧)

يعاقب بغرامة لا تجاوز المقابل المحدد للترخيص أو التصريح كل من قام بالتنازل عن أيا منهما للغير دون الحصول علي موافقة الجهاز علي هذا التنازل وذلك فضلا عن الحكم بإلغاء الترخيص أو التصريح.

مادة (٣٨)

يعاقب بغرامة لا تجاوز المقابل المحدد للترخيص أو التصريح كل من خالف شروط الترخيص أو التصريح ويجوز للمحكمة في هذه الحالة إلغاء أو إيقاف أيا منهما لمدة لا تجاوز شهراً

مادة (٣٩)

كل من خالف التسعير المعتمد من الجهاز لتقديم الخدمة يعاقب بغرامة تعادل عشرة أمثال قيمة المخالفة وتتضاعف المخالفة بعدد المستخدمين الذي وقعت المخالفة بالنسبة لهم.

مادة (٤٠)

يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهر كل من أفصح أو أدلي ببيانات أو

معلومات لا يجوز الإفصاح عنها أو الإدلاء بها وكان إخلاله بالواجبات التي تفرضها عليه تلك الإدارة قد أسهم في وقوع الجريمة.

ويكون الشخص الاعتباري مسئولا بالتضامن عند الوفاء بما يحكم به عقوبات مالية أو تعويضات.

مادة (٤١)

يجوز بقرار من وزير العدل بالاتفاق مع الوزير المختص تحويل العاملين الذين يحددهم الجهاز صفة مأموري الضبط القضائي بالنسبة للمخالفات لأحكام هذا القانون.

ويحظر علي مأموري الضبط القضائي الإفصاح للغير عن أية معلومات أو بيانات تكونون قد حصلوا عليها بسبب عملهم إلا إذا كان هذا الإفصاح تستلزمه طبيعة عملهم.

مادة (٤٢)

يكون تحريك الدعوي الجنائية عن أية مخالفة لأحكام هذا القانون بناء علي طلب رئيس الجهاز.

الهيكل الإداري
لاتحاد الإذاعة والتليفزيون
قطاع الرئاسة

مركز المعلومات

التنظيم والإدارة

التخطيط المركزي

العلاقات الدولية

الشئون الصحفية والمهرجانات

شئون المجالس واللجان

☒ عقد مجلس الأمناء خلال عام ٢٠٠٥/٢٠٠٤ العديد من الاجتماعات ناقش خلالها العديد من الموضوعات ومذكرات اللجان المنبثقة واتخذ في شأنها قرارات كان أهمها :

- اعتماد الخطة الإعلامية العامة لاتحاد الإذاعة والتليفزيون للعام المالي ٢٠٠٥/٢٠٠٤.
- اعتماد قواعد إعداد مشروع الموازنة التخطيطية للاتحاد العام المالي ٢٠٠٦/٢٠٠٥.
- مناقشة مذكرة لجنة الأخبار والبرامج السياسية والأحداث الجارية بشأن الاحتياجات العاجلة من الأجهزة والمعدات لتطوير أداء الخدمة الإخبارية.
- مناقشة بحث استخدام طلبة وطالبات المرحلة الابتدائية والشهادات الفنية لقنوات النيل التعليمية المتخصصة.
- مناقشة بحث واستطلاع رأي المشاهدين حول البرامج والأعمال التي تم تقديمها علي الشاشة خلال شهر رمضان ١٤٢٥ هـ.
- مناقشة بحث استخدام الجمهور المصري لقنوات النيل المتخصصة.

الجمعية العمومية

☒ وتختص الجمعية العمومية لاتحاد الإذاعة والتليفزيون بما يلي :

- اعتماد التقرير السنوي عن نشاط الاتحاد والشركات التابعة له.
- اعتماد تقرير مراقب الحسابات.
- إقرار الموازنة التخطيطية للاتحاد.
- إقرار الحسابات الختامية وحساب الأرباح والخسائر للاتحاد وتحديد الاحتياطات والمخصصات.
- إقرار زيادة رأس مال الاتحاد وتحديد مصادر التمويل.
- الترخيص باستخدام المخصصات في غير الأغراض المخصصة لها في موازنة الاتحاد.
- إقرار مشروعات إنشاء الشركات والمشاركة فيها أو مشروعات الإدماج أو التصفية للشركات المملوكة للاتحاد.

مجلس الأعضاء المنتدبين

☒ عقد مجلس الأعضاء المنتدبين العديد من الاجتماعات ناقش خلالها العديد من الموضوعات الهامة منها :

- الموافقة علي ميزانية اتحاد الإذاعة والتليفزيون في ٢٠٠٤/٦/٣٠.
- الموافقة علي مشروع الموازنة التخطيطية لاتحاد الإذاعة والتليفزيون للعام المالي ٢٠٠٦/٢٠٠٥.
- اعتماد التقارير السنوية لقياس كفاية الأداء للسادة العاملين شاغلي وظائف الإدارة العليا.
- مناقشة المذكرة الخاصة بتكليف الأمانة العامة بوضع الضوابط المنظمة لسفر العاملين بقطاعات الاتحاد للخارج.
- مناقشة المذكرة الخاصة بتعديل المادة ٢٦ من لائحة الرعاية الطبية.
- الموافقة علي الالتزام بتطبيق ما ورد بالكتاب الدوري رقم (٢) بتاريخ ٢٠٠٥/٢/٨ حول مدي أحقية شاغلي وظيفة كبير في التقدم لشغل الوظائف القيادية من الدرجة العالية.
- الموافقة علي إيقاف صرف بدل التمثيل السابق تقريره لبعض العاملين الذين تم ترقيتهم طبقاً لقواعد الرفع إلي وظائف كبير وتقرير بدل استقبالات تعويضاً لهم.

اللجان الدائمة لمجلس الأمناء

صدر قرار رئيس مجلس الأمناء رقم (٤٦٣) لسنة ٢٠٠٤ بتشكيل اللجـــان الدائمة المنبثقة عن مجلس الأمناء ونص في مادته الأولي علي تحديد السادة رؤساء تلك اللجان علي النحو التالي :

اللجنة	الرئيس
• لجنة السياسات الإعلامية	. وزير الإعلام رئيساً
• لجنة التحديث والتطوير الإعلامي	. رئيس مجلس الأمناء رئيساً
• اللجنة التعليمية	ـ / عبد السلام عبد الغفار رئيساً
• لجنة العلوم والبيئة	ـ عادل عبد الحميد عز رئيساً
• لجنة التنظيم والإدارة	ـ حسين رمزي كاظم رئيساً
• اللجنة الدينية	ـ / أحمد محمد الطيب رئيساً
• لجنة المرأة	ة / فرخندة حسين رئيساً
• لجنة الأسرة والطفل	ة / مشيرة خطاب رئيساً
• لجنة الأخبار والبرامج السياسية والأحداث الجارية	/ أمين بسيوني رئيساً
• لجنة الهندسة والتكنولوجيا	ن / رأفت رضوان رئيساً
• لجنة الشباب والرياضة	/ حمدي الكنيسي رئيساً
• لجنة الدراما	/ السيد راضي رئيساً
• لجنة تنمية الكوادر الإعلامية	/ سعيد لبيب رئيساً
• اللجنة الثقافية	/ فاروق شوشه رئيساً
• لجنة الفنون	ـ / فوزي فهمي رئيساً
• اللجنة الاقتصادية ودراسات الجدوي	ـ / عبد المنعم راضي رئيساً

وخلال هذا العام عقدت اللجان الدائمة العديد من الاجتماعات، ناقشت خلالها – كل في اختصاصه – العديد من الموضوعات والتقارير وانتهت إلي بعض الاقتراحات والتوصيات التي تم عرضها علي مجلس الأمناء أو إحالتها إلي الجهات المعنية لاتخاذ اللازم بشأنها.

تمثل رئاسة الاتحاد الجهاز الرئاسي الذي يضم مراكز صنع السياسات واتخاذ القرارات ووضع الاستراتيجية الإعلامية والأهداف الاستراتيجية المتصلة بها وفقا لمعطيات كل مرحلة والتطورات والمتغيرات المستجدة علي الساحة الإعلامية وهي رابعة مراكز رئيسية لصنع السياسات واتخاذ القرارات باتحاد الإذاعة والتليفزيون. :

- مجلس الأمناء.
- مجلس الأعضاء المنتدبين.
- الجمعية العمومية.
- لجان مجلس الأمناء.

وتتولي الإدارة المركزية لشئون المجالس تنظيم عمل هذه المراكز إدارياً وفنياً وكل ما يصدر عنها من قرارات وسياسات إضافة إلي الوحدات التنظيمية الفنية المتخصصة التي تخدم عمل هذه المراكز الرئيسية.

إضافة إلي الإدارات المركزية الرئاسية المختصة فنياً وإدارياً بتخطيط وتنظيم العمل الإعلامي بالاتحاد وعلاقات الاتحاد الإعلامية بكافة الاتحاد والمنظمات الإعلامية، الإقليمية، والدولية وعلاقات التعاون الإعلامي مع مختلف دول العالم وتمثيل الاتحاد في الخارج من خلال المؤتمرات، المهرجانات، المسابقات، المنح والزيارات المتبادلة.

وتضطلع رئاسة الاتحاد بمهامها ومسئوليتها وفقا لنظام متكامل يرتكز علي نظم الإدارة العلمية الحديثة.. تخطيطا وتنفيذا أو متابعة مدعمة بنظام معلومات مركزي يخدم دعم عملية اتخاذ القرار ووضع السياسات الإعلامية وتحديد البدائل والأولويات والتوجهات الإعلامية العامة.

التخطيط المركزي

☒ إعداد الخطة الاعلامية العامة للاتحاد لعام ٢٠٠٥ / ٢٠٠٦ والتي ركزت في أولويتها علي :

- ✓ تفعيل مبادرة السيد رئيس الجمهورية بتعديل المادة ٧٦ من الدستور وآثارها الايجابية علي النواحي السياسية والاقتصادية في المجتمع.
- ✓ تحديث الخطاب الاعلامي لمواكبة ايقاع العصر شكلاً ومضموناً مع التأكيد علي الهوية المصرية والانتماء الوطني
- ✓ التأكيد علي أهمية الاعلام التنموي القائم علي تفعيل مبدأ المشاركة بين أفراد المجتمع.
- ✓ تكثيف الحورات حول أهم القضايا والمشكلات التي تهم المجتمع المصري وتؤثر علي جهود التنمية للوصول إلي مقترحات وحلول واقعية لها مثل " المشكلة السكانية – قضية الأمية.. قضايا ومشكلات البيئة – البطالة وتوفير فرص العمل للشباب ".
- ✓ الاهتمام بحوار الحضارات والتواصل بين الشعوب.
- ✓ الارتقاء بالعملية التعليمية والخدمات الصحية.
- ✓ التركيز علي أهمية التكنولوجيا والاتصالات.

☒ إعداد مجموعة من الخطط النوعية التي تناولت دور الاعلام تجاه الموضوعات والقضايا التالية :

- ✓ تغير ثقافة المجتمع ونظرته إلي الخصخصة.
- ✓ تفعيل المشاركة السياسية للمرأة المصرية.
- ✓ تفعيل مبادرة الرئيس لتعديل المادة ٧٦ من الدستور.

العلاقات الدولية

تمثل العلاقات الدولية نافذة الاتحاد التي يتعامل من خلالها مع الهيئات والمؤسسات الدولية والمنظمات العالمية الرسمية والخاصة ذات الاهتمام الإعلامي بشقيه المسموع والمرئي.

ويرتكز نشاط العلاقات الدولية علي المحاور التالية : –

أولا التبادل الإذاعي والتليفزيوني :

- التبادل الإذاعي :

بلغ عدد الأشرطة الإذاعية التي تم إرسالها هذا العام (٢٤) شريط بلغت مدتها حوالي ٢٤ ساعة موزعة علي النحو التالي :

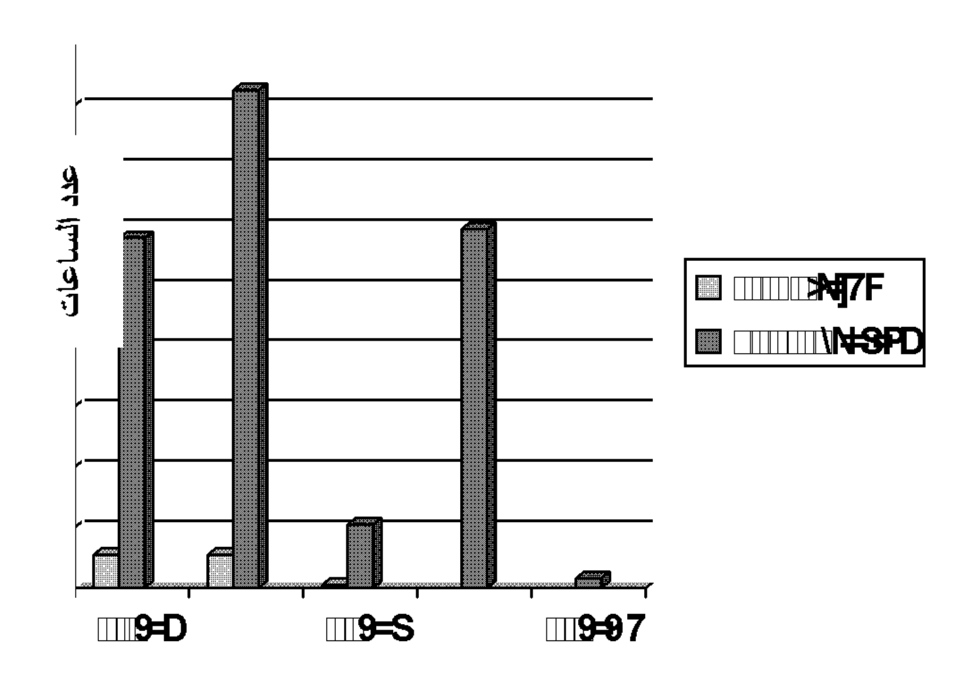
القارة	الأشرطة		المدة بالساعة	
	العدد	النسبة	ق	س
أفريقيا	١٢	%٥٠	٣٠	١١
آسيا	١١	%٤٦	٤٥	١١
أوروبا	١	%٤	٠٤	١
أمريكا	–	–	–	–
إجمالي	٢٤	%١٠٠	١٩	٢٤

- التبادل التليفزيوني :

بلغ عدد الأشرطة التليفزيونية التي تم إرسالها (٤٢٠) شريط بلغت مدتها حوالي ٤٢٥ ساعة.. موزعة علي التالي :

القارة	الأشرطة		المدة بالساعة	
	العدد	النسبة	ق	س
افريقيا	١١١	%٢٦,٤	٣٠	١١٦
أسيا	١٥٠	%٣٥,٧	–	١٦٥
أوربا	٤٤	%١٠,٥	–	٢١
الأمريكتين	١١٤	%٢٧,٢	–	١١٩
استراليا	٢	%٠,٢	–	٣
الإجمالي	٤٢٠	%١٠٠	%٣٠	٤٢٤

توزيع إجمالي ساعات المواد الإذاعية والتليفزيونية التي تم إرسالها إلي دول صديقة بمختلف قارات العالم



القارات

ثانيا : الاتحادات الدولية :

☒ يشارك اتحاد الإذاعة والتليفزيون كعضو عامل في الاتحادات الإذاعية الدولية وهي :

- اتحاد هيئات الإذاعة والتليفزيون الأفريقية URTNA.
- اتحاد إذاعات الدول العربية ASBU.
- اتحاد الإذاعات الأوربية EBU.
- اتحاد الإذاعات الأسيوية ABU.
- منظمة إذاعات الدول الأوربية EBU.
- منظمة الدول الإسلامية ISBO.
- الجامعة الدولية للإذاعة والتليفزيون URTI.
- المؤتمر الدائم للوسائل السمعية والبصرية والمرئية CO.PE.AM.
- مركز الاتصالات السمعية والمرئية CMCA.

☒ وقد تم تمثيل الاتحاد خلال عام ٢٠٠٤ / ٢٠٠٥ في العديد من الاجتماعات والمؤتمرات نذكر منها ما يلي :

✓ اتحاد هيئات الإذاعة والتليفزيون الأفريقية " URTNA "

- اجتماعات المجلس الإداري رقم (٥٧)، لجنة البرامج الجمعية العمومية رقم (٤٢)، لجنة ADHO وذلك بالفترة من ٤:٨ اكتوبر ٢٠٠٤ في موزمبيق.

✓ اتحاد إذاعات الدول العربية " ASBU "

- دورة الألعاب الأولمبية الصيفية بالفترة من ١٣:٢٩ أغسطس في اثينا.
- المؤتمر الصيفي المشترك للاتحاد وهيئة HFCC بالفترة من ٢٣:٢٧ أغسطس ٢٠٠٤ في موسكو.
- مجموعة العمل الهندسية حول التدريب الهندسي بالفترة من ٢٠:٢٢ سبتمبر ٢٠٠٤ في دمشق.
- مهرجان الأغنية العربية.. الدورة (١٢) بالفترة من ٢١:٢٣ سبتمبر ٢٠٠٤ في الجماهير الليبية.

- اللجنة الدائمة للتليفزيون.. الاجتماع (٩) بـــالفترة مـــن ٨:٧ اكتـــوبر ٢٠٠٤ في تونس.
- ورشة عمل حول التبادل الإذاعي عبر الساتل..٢١ نوفمبر ٢٠٠٤ في تونس
- الاجتماع المشترك بين الاتحاد ونظيره الأوربي.. ٢٢ ديسمبر ٢٠٠٤ الجزائر
- الدورة العادية (٧٥) للجنة الدائمة للإعلام العربي بـــالفترة مـــن ٦:٤ يناير ٢٠٠٥ بالقاهرة.
- المؤتمر المشترك للاتحادات وهيئة الـــ HFCC حول تنسيق الموجات القصيرة بالفترة من ١١:٧ فبراير ٢٠٠٥ في المكسيك.
- القمة العربية بالفترة من ٢٢:١٨ مارس ٢٠٠٥ في الجزائر.
- الدورة الرياضية الأولي للتضامن الإسلامي..خلال شـــهري مـــارس وابريل ٢٠٠٥ في السعودية.
- اللجنة العليا للإنتاج رقم (٦).. بالفترة من ٣١:٣٠ مايو ٢٠٠٥ تونس.
- مجلس وزراء الإعلام العرب.. بالفترة من ٩:٨ يونيـــه ٢٠٠٥ فـــي القاهرة.
- مجموعة عمل حقوق المؤلف..٢١ يونيه ٢٠٠٥ في تونس.

✓ اتحاد الإذاعات الآسيوية ABU

اجتماعات الجمعية العمومية رقم (٤١)، المجلس التنفيذي، اللجان المنبثقـــة.. في الفترة من ١٩:١٨ سبتمبر ٢٠٠٤ في الماتا بكازخستان.

✓ اتحاد الإذاعات الأوربية EBU

- اجتماع جمعية التدريب الدولي التاسع.. بالفترة من ٨:٧ اكتوبر ٢٠٠٤ في بولندا.
- الاجتماع المخصص للعلاقات الدولية.. بالفترة من ٢٢:١٢ ابريل ٢٠٠٥ في جنيف.
- الاجتماع السنوي لمجموعة خبراء التعليم والعلوم.. بالفترة من ٢٢:١٨ مايو ٢٠٠٥ في السويد.

✓ -منظمة إذاعات الدول الإسلامية ISBO

- اجتماعات الجمعية العمومية والمجلس التنفيـذي واللجـان الدائمـة ١٠ ديسمبر ٢٠٠٤ في السعودية.

✓ الجامعة الدولية للإذاعة والتليفزيون URTI

- اجتماع لجنة الراديو والتليفزيون في ديسمبر ٢٠٠٤.
- اجتماع الجمعية العمومية.. في يونيو ٢٠٠٥.

✓ المؤتمر الدائم للوسائل السمعية والبصرية والمرئية CO-PE-AM

- اجتماعات الجمعية العمومية وبجنة الراديو. بالفترة من ٢٧ فبراير : ٢ مارس ٢٠٠٥ في فرنسا.

ثالثا : الاتفاقيات والبروتوكلات والبرامج التنفيذية.

- توقيع برنامج التعاون الدولي التعليمي والثقافي بين مـصر وكـل مـن رومانيا والمكسيك للأعوام ٢٠٠٤/٢٠٠٦.
- مباحثات تفعيل بروتوكل التعاون الإعلامي بـين الجـانبين المـصري واليمني.
- توقيع برنامج تنفيذي لاتفاق التعاون الاعلامي والعلمي والفني والثقـافي بين مصر والبحرين للأعوام ٢٠٠٥/٢٠٠٧.
- التوقيع علي مقررات ومحاضر اجتماعات اللجـان العليـا والوزاريـة المشتركة بين مصر وعدد من الدول نـذكر منهـا : الأردن، ليبريـا، أسبانيا، أندونسيا.

رابعاً : المهرجانات والمسابقات الدولية

شارك الاتحاد هذا العام في عدد كبير من المهرجانـات والمـسابقات الدولية الاذاعية والتليفزيونية.. سواء داخل مصر أو خارجها.. نذكر منهـا علي سبيل المثال :

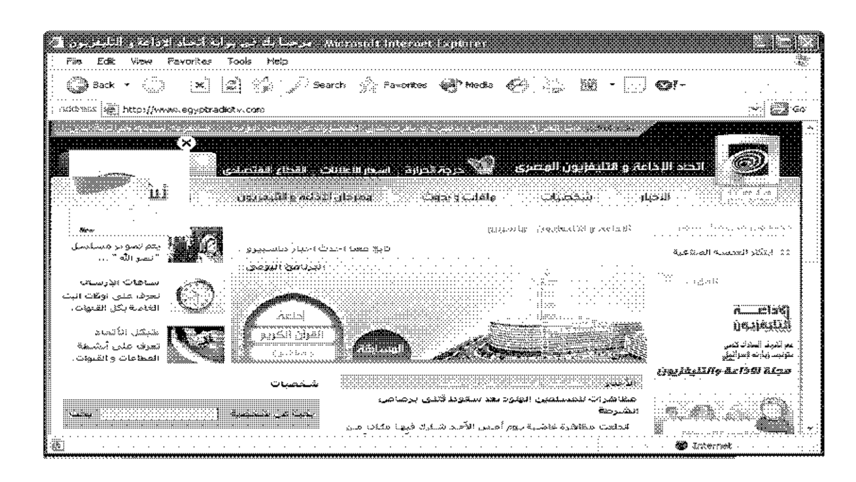
- مهرجان الاسماعيلية الدولي الثامن للأفـلام التـسجيلية والروائيـة القصيرة.. بالاسماعيلية.
- المسابقة الدولية للاذاعة والتليفزيون Abu..
- مهرجان القارات الثلاث " نالت "..بفرنسا.

- مهرجان الاسكندرية السينمائي الدوي.. بالاسكندرية.
- مهرجان فنون الاعلام... باليابان.
- مهرجان التليفزيون للتواصل العربي الافريقي.. بالسودان.
- مسابقة جائزة المجنوليا الدولية للأعمال التليفزيونية بشنغهاي.
- الجائزة الدولية الكبري للأفلام التسجيلية..بفرنسا.
- مهرجان متحدي الاعاقة للخدمات الانسانية.. بالامارات.
- مهرجان لوكارنو للأفلام الروائية.. بسويسراً.
- مسابقة تبادل البرامج.. اتحاد إذاعات الدول الأفريقية بكنيا.

اتحاد الإذاعة والتليفزيون على شبكة الإنترنت الدولية

لاتحاد الاذاعة والتليفزيون تواجد متميز علي شبكة الانترنت الدولية بمجموعة من المواقع المتعددة الخدمات والمتنوعة الموضوعات لقطاعات الاتحاد.. في منظومة متكاملة للإعلام المصري المسموع والمرئي.. تفتح الطريق واسعاً ممتداً في جولة معلوماتية ومعرفية ثرية عن الاتحاد تكتمل بها حلقات التواصل والتفاعل مع الجمهور في مختلف أنحاء العالم عبر الطريق السريع للمعلومات وتقدم بانوراما حافلة عن الاتحاد تاريخاً وتراثاً إعلامياً فنياً وخدمات إعلامية متنوعة وإنجازات وأنشطة جديدة إضافة إلي البرنامج اليومي لمختلف الخدمات المسموعة والمرئية المصرية.. الأرضية والفضائية والمتخصصة والملفات والقضايا والآراء والبحوث الاعلامية المتنوعة والخدمات الاخبارية اليومية علي مدار الأربع والعشرين ساعة والشخصيات الاعلامية والقومية البارزة والمناسبات والأحداث المهمة والمؤتمرات والمهرجانات والمسابقات وغيرها من الخدمات المتنوعة.

البوابة الالكترونية لاتحاد الاذاعة والتليفزيون علي شبكة الانترنت : www.egypteradiotv.com



شكل يوضح البوابة الإلكترونية لاتحاد الإذاعة والتليفزيون علي شبكة الإنترنت

وخلال هذا العام تم انشاء هذه البوابة الالكترونية كخدمة متميزة تتيح لمستخدمي الشبكة استعراض المواقع المختلفة للاتحاد والحصول علي خدمات جميع قطاعات وأجهزة الاتحاد وتوفر خدمات جديدة للجمهور ومنها خدمات البث المباشر للاذاعات والقنوات المصرية والتي بدأت في هذا العام بخدمة البث المباشر لاذاعة القرآن الكريم... وسوف يليها إطلاق قنوات تليفزيونية في القريب العاجل.

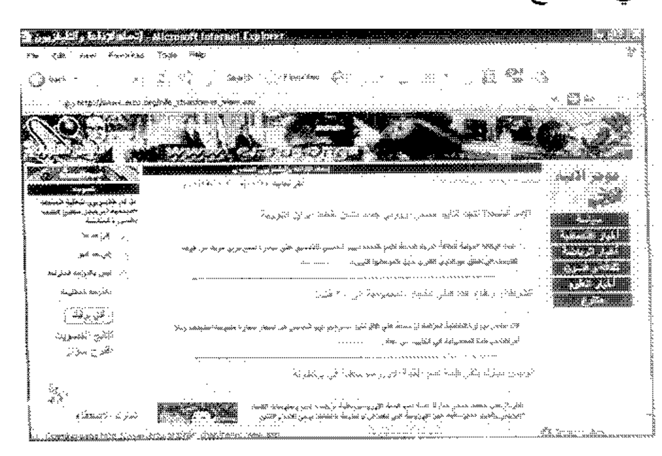
ومن خلال الصفحة الرئيسية للبوابة الالكترونية يمكن الانطلاق في جولة حافلة مع اتحاد الاذاعة والتليفزيون تشمل لمحات تاريخية عن الاعلام المصري والشخصيات البارزة، ميثاق الشرف الاعلامي، قضايا إعلامية، ملفات وبحوث أخبار ماسبيرو، البرنامج اليومي لمختلف الخدمات المصرية المسموعة والمرئية : الأرضية والفضائية والمتخصصة، ساعات البث، أعمال جديدة، هيكل الاتحاد، مهرجان القاهرة للاذاعة والتليفزيون، مسابقة الروبوكون، مستخلصات ونشرات، الأوبرا المصرية، مجلة الفن الاذاعي، مجلة الاذاعة والتليفزيون.

الخدمات الاخبارية

(أ) في مجال متابعة الأحداث الجارية :

- عمل تغطية شاملة لمبادرة السيد رئيس الجمهورية (فيديو) حول تعديل المادة ٧٦ من الدستور ونص المادة وأصداء وردود الأفعال حول خطاب السيد رئيس الجمهورية.

تم تسجيل حلقات برنامج " شهادة للتاريخ " مع السيد رئيس الجمهورية ووضعها علي الموقع.



شكل يوضح لقاء تاريخي مع السيد رئيس الجمهورية علي الموقع

- تحديث الخدمة الإخبارية أولا بأول علي مدار الـــ ٢٤ ساعة بالتنسيق والتعاون مع محرري قناة النيل للمعلومات.
- تسجيل وضغط عدد ٤ مواجيز أنباء يومياً من قناة النيل للأخبار وتحميلها علي الموقع الخاص بالاتحاد فور إذاعتها.

<u>(ب) في مجال البرامج الإذاعية والتليفزيونية :</u>

يتم إدخال البرنامج اليومي للشبكات الإذاعية المختلفة وكذلك القنوات التليفزيونية (فضائية – إقليمية – أرضية).

☒ متابعة للأحداث الرياضية :

- متابعة فورية لقاعدة بيانات خاصة بالدوري العام والتي تضمنت إدخال البيانات الإحصائيات وترتيب الفرق ونتائج المباريات وإدخال أهداف الدوري بالفيديو وليشاهدها مستخدمي الإنترنت علي مدار الأسبوع.
- متابعة شاملة لقاعدة البيانات الخاصة برابطة الأبطال الأفريقية والتي تضم السجل التاريخي للأبطال وبعض الإحصائيات مع عمل أرشيف للبطولات السابقة.
- إنشاء قاعدة بيانات خاصة بالدوري الأوربي تحتوي علي ترتيب الفرق ونتائج المباريات ومعلومات وافية وشاملة عن الفرق المشاركة ومتابعة لكل ما هو جديد عن هذه البطولة الهامة

☒ خدمة البريد الإلكتروني :

أ) للبريد الإلكتروني الخاص بالقيادات والإدارات المختلفة.

- تتم المتبعة اليومية للبريد الإلكتروني الخاص بالسيد رئيس مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتليفزيون والرد عليها حسب التوجيهات.
- متابعة البريد الإلكتروني الخاص برؤساء القنوات والإدارات المختلفة والرد عليها ومتابعتها.

ب) البريد الإلكتروني الخاص بالبرامج المختلفة :

- يتم عمل بريد إلكتروني للبرامج التليفزيونية بالقنوات المحلية والإقليمية

والمتخصصة والفضائية ويجري متابعتها وطبعها وتوصــيلها للبــرامج المعنية لإذاعتها ضمن فقراتها.

☒ خدمة الإنترنت المجاني :

تيسيراً علي المشاهدين في الدخول إلي عالم الإنترنت والحصول علي الخدمة المعلوماتية المتطورة.. خصص اتحاد الإذاعــة والتليفزيــون رقــم الإنترنت المجاني ٠٧٧٧٣٩٩٩ والذي يمكن من خلاله للمستخدم التجول في البوابة الإلكترونية للاتحاد أو المواقع الأخرى دون تكلفة إضــافية وبــسعر المكالمة العادية.

مهرجان القاهرة الدولي الحادي عشر للإذاعة والتليفزيون

مهرجان القاهرة للإذاعة والتليفزيون هو أكبر تجمع إعلامي عربــي أرسي قواعده اتحاد الإذاعة والتليفزيون بمبادرة إعلامية حضارية للإعــلام المصري منذ عام ١٩٩٥ وليصبح مناسبة ثابتة ولقاء سنوياً يزداد حضوره عاماً بعد عام. وتتسع وتتطور فعالياته وأنشطته من دورة إلي أخري وفــي السنوات الأخيرة أصبحت مدينة الإنتاج الإعلامي مقراً لفعاليات المهرجــان وليصبح لقاء الإبداع علي أرض الواقع.... ليمتزج شعار المهرجــان مــع أرض الواقع.. في تواجد غير مسبوق بين الهدف والوسيلة وبين المــضمون والإدارة.

وقد جاء حصاد العقد الأول من عمر المهرجان مثمراً ومحققاً للغايات والأهداف المرجوة منه.. كأكبر تجمع إعلامي عربي حمل شــعاراً ثابتــاً " المبدعون يلتقون " فلقاء الإبداع العربي السنوي أثمر تطورات كمية ونوعية في الإنتاج الإعلامي العربي بمختلف أشكاله وأنواعه وأطلقت المنافسة فــي مسابقات المهرجان طاقات الإبداع وروح التطوير والتجديد ومواكبــة كــل جديد ومستحدث في فنون الإنتاج الإعلامي وتقنياتــه وارتفعــت بالأفكــار والمضامين والأشكال البرامجية... وهو ما انعكس علــي حجــم ونوعيــة

مستوي الأعمال المشاركة في المهرجان... إضافة إلي تزايد حجم المشاركة عاماً بعد عام وفي خط متواز معها تزايد حجم المنافسة " للأجود " و " الأفضل " – دائماً.

وخلال هذا العام.. عقدت أول دورة في العقد الثاني في الفترة من (٣- ٧ يوليو ٢٠٠٥) من عمر المهرجان للدورة الحادية عشر " لا للإرهاب " والذي خصصت له مسابقة خاصة في كل من مسابقات الإنتاج الإذاعي والإنتاج التليفزيوني وندوة المهرجان عن الإعلام والإرهاب غطت كافة المحاور المتصلة بهذا الموضوع وصولا إلي رؤية شاملة متكاملة حول دور الإعلام في مواجهة ظاهرة الارهاب ومعالجة كافة القضايا المتصلة بها.

وقد جاءت هذه الدورة " ناجحة " بكل المقاييس سواء من حيث حجم المشاركة الواسع في مختلف فعاليات وأنشطة المهرجان أو من حيثما أنفردت به من " جديد " إضافة لفاعلية المهرجان الكثير حيث حفلت هذه الدورة بالفاعليات والأنشطة حاملة " الجديد " و " الأجود ".. بروح التطور وتراكم ورسوخ الخبرة.

- ففي مسابقات الإنتاج الإذاعي : خمس مجموعات من المسابقات في الدراما، البرامج، الموسيقي والغناء، الأطفال، التنوية الاجتماعي، ومسابقة المهرجان الخاصة " لا للإرهاب ".. بإجمالي عدد (١١) مسابقة أضيف إليها.. لأول مرة.. الموسيقي والغناء.. وهي من الفنون الراقية التي تنفرد بها فنون الإذاعة.. بإجمالي عدة أعمال مشاركة (١٩٨) عملاً.
- وفي مسابقات الإنتاج التليفزيوني : ثمان مجموعات من المسابقات في : الدراما، الفيلم التسجيلي، الرسوم المتحركة، الغناء، البرامج، الأطفال، التنويه والفاصل ومسابقة المهرجان الخاصة : " لا للإرهاب "..بإجمالي عدد (١٧) مسابقة غنائية وأيضا لأول مرة تدخل الصور والاوبريتات في مسابقة الإنتاج التليفزيوني.. بإجمالي عدد أعمال مشاركة (٦٠٣) عملاً.. وبذلك.. بلغ الإجمالي الكلي للأعمال المشاركة في مسابقات المهرجان (٨٠١) عملاً إذاعياً وتليفزيونياً.

- أما عن فاعليات النشاط الثقــافي والعلمـــي : فقــد عقــدت نـــدوتان إعلاميتان.. الأولي عن " الإعلان في الإعلام.. ما له ومـــا عليـــه ". والثانية عن الإعلام والإرهاب " وعقــدت مجموعـــة مـــن النـــدوات الهندسية والتي أقيمت ضمن فعاليـــات " معـــرض القـــاهرة الـــدولي لتكنولوجيا الاتصال ". والذي شاركت فيه (٢٣) شركة.. من كبـــري الشركات العالمية المتخصصة في إنتاج معـــدات وأجهـــزة الإذاعـــة والتليفزيون.. بأحدث الأجهزة والمعدات والنظم الهندسية فـــي مجـــال هندسية الإذاعة والتليفزيون والوسائط المتعددة Multi Media.
- أما سوق المهرجان فقد شارك فيه أكثر مـــن (١٥٠) مـــشتركاً مـــن المحطات والشركات العاملة في مجال الإنتاج الإعلامي والإعلاني وقد أقيم علي مساحة ٢٤٠٠ متر مربع وضم (١٦٠) جناحاً ويعد " السوق " من العلامات البارزة للمهرجان حيث يستهدف تنشيط تسويق الإنتاج الإذاعي والتليفزيوني – العربي والأجنبي – بأنواعه المختلفة وتشجيع تطوير الإنتاج الإعلامي والإعلاني العربي والارتقاء بمستواه.
- هذا إلي جانب.. الأمـــسيات الثقافيـــة والفنيـــة، والحفـــلات الغنائيـــة والاستعراضية..
- واكتملت فعاليات المهرجان بمجلته اليومية... طوال فترة انعقـــاده.. " مجلة المبدعين ".. والتي سجلت فعالياته، وعبرت عن أهدافه، والتقت بنخبة من المبدعين العرب من المشاركين في المهرجان فـــي خدمـــة صحفية متميزة تعبر بالكلمة عن لقاء الفكر والإبداع العربي.

اتحاد الإذاعة والتليفزيون
قطاع الإذاعة

تواكب معطيات القرن الواحد والعشرين والتطورات الإعلامية المتحققة في عقدي الثمانينات والتسعينات من القرن العشرين.

الأهداف الاستراتيجية الجديدة

❖ الهدف الاستراتيجي الأول :

تحقيق زيادة مصر في الفضاء الخارجي واحتلالها مكانة بارزة فيه بـــإطلاق القمر الصناعي المصري (NileSat)، لتصبح عضواً فاعلاً في نادي الفضاء العالمي، ومنافساً بقنواتها المتخصصة لمواجهة تحــديات القــرن الحــادي والعشرين، وتحقيق التكامل بين منظومة الإعلام العربي والدولي.

❖ الهدف الاستراتيجي الثاني :

التطوير الدائم والمستمر لقدرات الإعلام الإذاعي المصري المسموع والمرئي وإمكاناته لتحقيق أقصي درجة ممكنة من الانتشار بما يحقق السيادة الإعلامية داخلياً

❖ الهدف الاستراتيجي الثالث :

الارتقاء بمستوي الرسالة الإعلامية من حيث الشكل والمضمون بما يحقــق فاعليتها ووصولها إلي الجماهير وتجاوب الجماهير معها في الداخل والخارج ووجودها المؤثر والمتميز في الفضاء.

❖ الهدف الاستراتيجي الرابع :

دعم النظام العام للمجتمع والمساهمة في إثراء التطور الديمقراطي الذي يــتم في إطار من قيم المجتمع المصري وتقاليده وتفاعلا مع ظروفــه وإمكاناتــه واستجابة لمعطيات حركة تطوره.

❖ الهدف الاستراتيجي الخامس :

الوصول بالإعلام المسموع والمرئي إلي أفضل أداء متميز ومتطور لأهداف التنمية الشاملة والمتكاملة للمجتمع.

❖ الهدف الاستراتيجي السادس :

المعالجة الموضوعية للقضايا المجتمعية والقومية بما يستنفز كل الطاقات للمساهمة في الجهود المبذولة في هذا الإطار.

❖ الهدف الاستراتيجي السابع :

تحقيق أقصي استجابة ممكنة للحقوق الإعلامية للمتلقي بشكل يضمن التوازن بين تلك الاستجابة من ناحية ودور الإعلام الإذاعي المسموع والمرئي في خدمة أهداف التنمية من ناحية أخري.

❖ واتساقا مع معطيات العصر الإعلامي الجديد ارتبطت بهذه الأهداف الاستراتيجية الجديدة مجموعة من السياسات الجديدة التي تلبي طموحات عصر الانطلاقة الإعلامية الكبري نعرض فيما يلي نماذج منتقاة من هذه السياسات :

- ✓ توسيع مدي انتشار الرسالة الإعلامية من خلال الاستفادة من إطلاق القمر الصناعي المصري لزيادة كم الإعلام المصري الموجه للخارج.
- ✓ استخدام أحدث تكنولوجيا العصر بالنسبة للأقمار الصناعية عن طريق النظام الرقمي ونظام التشفير.
- ✓ تغيير هيكل الإعلام المصري عن طريق القنوات المتخصصة لمواجهة القرن الحادي والعشرين وتحدياته الفكرية والثقافية.
- ✓ إعداد جيل متخصص وكوادر تسهم في توطين التكنولوجيا الجديدة علي أرض مصر مع دخول القرن الحادي والعشرين.
- ✓ تحقيق التنسيق والتكامل والتعاون بين منظومة الإعلام المصري العربي والدولي.
- ✓ مواكبة التطورات السريعة والمتلاحقة في مجال تكنولوجيا الاتصالات والاستفادة بها بما يحقق انتشاراً أكثر اتساعا للإعلام الإذاعي المسموع والمرئي في كل أرجاء الوطن.
- ✓ تنويع مصادر تكنولوجيا الاتصال المستخدمة بحيث لا يقتصر التعامل في ذلك المجال علي شركة بعينها أو دولة محددة والتأكد من جدوي استخدام أية تكنولوجيا اتصالية جديدة وعلي أن يكون استخدامها اقتصاديا بحيث

تحقق أقصي استفادة ممكنة وبأقل تكاليف متاحة والعمـل علـي تـوفير مصادر التمويل الكافية لتحقيق ذلك الهدف من تنمية موارد الاتحاد الذاتية من عائد الإعلانات ومبيعات البرامج والمسلسلات والأفلام التليفزيونية.

- ✓ الاهتمام بإنشاء إذاعات محلية إلي جانب الإذاعات الإقليمية القائمة حاليا علي أساس أن الأولي تمثل إضافة هامة تحقق وصول الإعلام للمـواطن في بيئته المحلية الخاصة.
- ✓ الحرص الدائم علي أن يكون الإنتاج الإعلامي المصري متميزا من حيث الشكل والمضمون تأكيدا لزيادة مصر في الفضاء.
- ✓ الاهتمام باستخدام الأساليب الفنية المتطورة في إنتاج البرامج مع تحقيـق التنوع في الأشكال البرامجية وبما يتفق مع مضمون كل رسالة إعلاميـة وطبيعة كل شبكة أو قناة.
- ✓ توفير الدعم المالي المناسب لإنتاج برامج ومـواد إذاعيـة وتلفزيونيـة متطورة من حيث الشكل والمضمون.
- ✓ دعم وتطوير التعاون في مجال الإنتاج والتبـادل الإعلامـي المـسموع والمرئي مع مختلف دول العالم.
- ✓ هذا الجانب السياسات الإعلامية الخاصة بدور الإعلام في المجتمع وفي خدمة أهداف التنمية وسياسات إعلامية ثابتة بما يتفق مع الدور الثابـت للإعلام في خدمة الوطن والمواطنين وفي خدمة تنمية وتحديث المجتمع.

الفصل التاسع

استديو الاذاعة

- تعريف الاستديو
- المواصفات العلمية للاستديو الاذاعي
- مكونات الاستديوهات الاذاعية
- تجهيز الاستديوهات الاذاعية

استديو الإذاعة
Studio

❖ **تعريف الاستديو :**

الاستديو هو ذلك المكان المخصص لانتاج المواد الاذاعية سواء تلك التي تبث حية(live) علي الهواء مباشرة أو التي يجري تسجيلها علي أشرطة

والاستديو الاذاعي عبارة عن غرفة عادية بنيت بداخلها غرفة أخري وبين الغرفتين مواد عازلة للصوت كما أن جدران الغرفة قد غطيت تماما بمادة عازلة للصوت وببعض المجسمات ذات الأشكال الهندسية المختلفة لكسر الموجات الصوتية وتقليل عدد وقوة ذبذباتها وحتي لا يحدث صدي للصوت كما أن الاستديو مزود بباب مزدوج تم تبطينه بمواد عازلة للصوت أيضا كما يوجد بين الاستديو وغرفة المراقبة لوح زجاجي مزدوج لمنع دخول أو خروج الصوت بين اللوحين الزجاجين أطباق بها مواد ماصة للرطوبة وبخار الماء.

هذا ويتكون الاستديو من حيز أو أكثر كل منها معزول عزلاً صوتياً جيداً بحيث لا يسمح بتسرب الصوت منه أو إليه مهما كان هذا الصوت مرتفعا بالاضافة إلي أنه تتم المعالجة الصوتية للجدران والسقف والارضية لهذا الحيز بحيث يكون له زمن دوي مناسب للغرض المستخدم له.

❖ **المواصفات العلمية للاستديو الاذاعي :**

جميع محطات الراديو المختلفة تحتاج لأنواع متعددة من الاستديوهات لذلك فلابد من مراعاة أن تعد إعداداً هندسياً خاصاً يكفل لها نقل كافة الخصائص الصوتية والتحكم فيها ويتم ذلك بطريقتين هما :

١- عزل الاستديو بطريقة تحجب عنه الأصوات التي تنجم عن أيه حركة خارجية ويتم ذلك ببنائه وفق أسس هندسية خاصة كأن يفصل عن سائر المبني باستخدام اليايات الحديدية كما يتم فصله عن الحجرات المجاورة بواسطة جدران مزدوجة تبني خصيصا وهي مملوءة بالهواء الساكن بطبيعة الحال ومن ثم لا تنقل الأصوات منها أو إليها.

٢- المعالجة الهندسية داخل الاستديو بحيث يتوازن فيه الصوت بطريقة سليمة والمعروف أن ابواب الاستديو تصمم بطريقة خاصة لمنع

تسرب الضوضاء وهو ما يطلق عليه مصيدة الصوت حيث يوجد باب زجاجي ثم باب أخر داخلي وما بينهما هو مصيدة الصوت تضمن أن يفتح باب الاستديو الداخلي بعد أن يتم عزل الصوت خاجي كما أن بعض الاستديوهات تصمم علي أساس أن تكون بها مسحة صامتة لا تنقل الأصوات منهى إلي الميكرفون.

وعلي الرغم من اختلاف الاستديوهات الاذاعية الا أنها تتكون من قسمين متكاملين : القسم الأول هو غرفة المراقبة والثاني هو غرفة البلاتوه وفيما يلي عرض لهذه المكونات :

١- غرفة المراقبة :

وهي ذلك القسم من الاستديو الذي يتضمن مصادر الادخال والاخراج inputs & out puts وتقنيات تشغيلها والتحكم فيها بالاضافة إلي الأجهزة الأخري التي يقوم عليها العمل الاذاعي وتصل الطاقة الكهربائية إلي الأجهزة بموجب نظام أو تصميم خاص يضمن سلامتها والاستدلال علي وصول هذه الطاقة إلي الأجهزة بسهولة ولضمان استمرارية العمل فإن المحطات الاذاعية تعتمد علي مصدرين أحدهما أصلي والآخر احتياطي كما تتضمن غرفة المراقبة مجموعة من أجهزة التسجيل عالية الجودة ويختلف عدد هذه الجهزة حسب امكانات الاستديو مثل المساحة، مصادر الصوت، الخدع الفنية..إلخ من هذه الأجهزة ماكينات تسجيل وإذاعة الشرائط، ماكينات اذاعة الاسطونات وجهاز كاسيت او أكثر لاستخدامه في نقل مواد من شرائط كاسيت لايوجد لها نظير علي الاشرطة البكر reels أو الاسطونات Discs.

- اما لوحة التحكم Control Board فانها بمثابة العقل في حجرة الاستديو الاذاعي وهي عبارة عن لوحة من نوع خاص ترتفع عن الأرض قليل ارتفاع المكتب العادي تقريبا وتختلف مساحتها من استديو لآخر ويثبت عليها مفاتيح يمكن بواسطتها التحكم في مصادر الادخال والاخراج in puts & out puts وكلما تعددت هذه المصادر يصبح شكل اللوحة وطريقة تشغيلها أكثر تعقيدا لكنها تتيح امكانات أفضل وعلي الرغم من اختلاف لوحات التحكم بين البساطة والتعقيد الا انها تقوم علي نفس الأسس فكل منها له صوت يتم التحكم فيه بواسطة مفتاح منزلق Slider

ويسمي Fader ، ويمكن تحريكه إلي أعلي أو إلي أسفل وفق المستوي الصوتي المطلوب. –

وتزود لوحات التحكم الحديثة بوحدة تحكم تمكن من تحريك مداخل مصادر الأصوات فهي تعد وحدة ادماج وفصل الأصوات بمجرد الضغط علي أزرار معينه.

وفيما يلي يمكن تحديد أهم وظائف لوحة التحكم الرئيسية :

١- تكبير الاشارات الضعيفة التي تصب فيها من مختلف مصادر الصوت سواء كانت هذه المصادر موجودة في غرفة البلاتوه (الميكروفونات) أو في غرفة المراقبة أو غيرها.

٢- تحقيق التوافق بين مستويات الأصوات وكذلك التحديد Limitingو الانضغاط Compression إذا لزم الأمر فالتوافق يعني جعل الأصوات في مستوي واحد بحيث لا يكون الصوت القادم من مصدر معين غير متناسب في مستواه ارتفاعا أو انخفاضاً مع اصوت القادم من مصدر آخر أما الانضغاط فيعني تقليل الحيز الترددي للصوت بينما يعني التحديد التحكم غي مستوي الاشارة كل علي حدة بحيث تتماشي مع متطلبات الجودة الفنية للصوت.

٣- تمييز مصدر الاشارة المطلوبة سواء للإدخال او للإخراج وكذلك التحكم والضبط لمستويات المصادر الصوتية مع تمكين القائمين علي الانتاج من سماع المدخلات والمخرجات الصوتية.

٤- اتاحة امكانية احداث الصدي والرنين الصناعي Echo إذا اقتضي الأمر وتوظيف هذا الصدي وغيره من الخدع الصناعية لمتطلبات الاخراج الجيد للرسالة الاذاعية علي المستوي الفني ومستوي التكوين

٥- امكانية نقل ما تم تسجيله من مصدر معين نقله مسجلا علي مصدر آخر بالاضافة إلي امكانية تبادل اذاعة البرامج والمواد الاذاعية مع الاستديوهات الأخري وذلك من خلال وصلات تغذية خاصة تربط بين لوحة التحكم المعنية ولوحات التحكم في الاستديوهات الأخري.

٦- تحقيق امكانية الاتصال المتبادل بين العاملين بغرفة المراقبة

والموجودين بغرفة البلاتوه وكذلك اتاحة نفس الامكانية للاتصال المتبادل مع غرف المراقبة والاستديوهات الأخري.

٧- امكانية المراقبة المرئية لشدة الصوت من مصادره المختلفة وذلك من خلال المؤشر المثبتة وحدته في لوحة اتحكم حيث يتحرك المؤشر في اتجاه معين طبقا لزيادة أو انخفاض شدة الصوت.

٨- اخال أصوات من مصادر متعددة في وقت واحد والخلط بينها وفق متطلبات التسجيل الجيد للبرنامج أو المادة الاذاعية حيث يمكن اخال الموسيقي أو المؤثرات الصوتية مع النص في وقت واحد.

٩- التحكم في تشغيل الاجهزة ككل فهناك مفتاح التحكم الرئيسي Master Control والذي يمكن بواسطته الغاء عمل هذه الأجهزة وكذلك تشغيلها.

وإذا كانت لوحة التحكم هي المجمع الرئيسي لكافة الأجهزة والمصادر الصوتية فإن السماعات المكبرة Loud Speakers من الأجهزة الهامة في غرفة المراقبة فهي تحول الاشارات الكهرومغناطيسية المعبرة عن الأصوات إلي اهتزازات قوية في الهواء (تضاغط / تخلخل) بحيث تكون مسموعة بوضوح.

ب) غرفة البلاتوه :

وهي غرفة ملاصقة لغرفة المراقبة ويفصل بينهما جدار في منتصفه نافذة محكة الاغلاق بصفة دائمة بواسطة لوحين من الزجاج مثبتين في الجدار ومن خلال هذه النافذة يمكن للجالسين في غرفة المراقبة وغرفة البلاتوه رؤية بعضهم البعض ويوجد في غرفة البلاتوه ميكرفون أو أكثر (حسب طبيعة الاستديو) مثبت علي منضدة الجلوس كما يثبت علي هذه المنضدة بعض المفاتيح اللازمة للعمل فهناك مفتاح الاتصال بغرفة المراقبة ومفتاح آخر لمنع ظهور الأصوات مثل الكحة أو العطس وجميع مصادر الصوت بغرفة البلاتوه تتصل سلكيا بغرفة المراقبة الملاصقة لها وتختلف مساحة غرفة البلاتوه من استديو إلي آخر حسب طبيعة هذا الاستديو.

❖ وتعد غرفة البلاتوه أعدادا صوتيا خاصاً من خلال :

١- عزل الغرفة عن الضوضاء الخارجي.
٢- تخفيض ضوضاء التكوين.
٣- تعديل رنين الغرفة.
٤- التحكم في زمن الرنين داخل الغرفة.

❖ وفيما يلي توضيح لهذه العمليات بايجاز :

١- عزل الغرفة عن الضوضاء الخارجي :

ويسمي بالضوضاء الجوي Aire-bome Noise ويقصد به كل الصوات التي يمكن أن تدخل الغرفة قادمة من خارجها فالموجات الصوتية الخارجية يمكنها الدخول إلي الغرفة باختراق الجدران ذاتها وكذلك من خلال النوافذ والأبواب او أي ثقوب أو شقوق مهما كانت ضيقة ولتلافي ذلك يتعين أن تكون الجدران والسقف والأرضية سمكية قدر الامكان فكلما زاد هذا السمك Thickness زادت كتلة المادة لكل متر من مساحة الغرفة وبالتالي تزداد القدرة علي عزل الأصوات القادمة من الخارج ويستفيد تصميم الاستديوهات في هذه المسألة مما يعرف بقانون الكتلة Mass Law والقائل بأنه كلما زادت الكتلة (بالكيلو جرام) لكل وحدة مساحة زاد معدل تخفيض الصوت.

وبالاضافة إلي ذلك فان عزل الغرفة عن الضوضاء الخارجي يتطلب تغطية الجدران بمادة خفيفة عازلة تصنع خصيصا لهذا الغرض أما باب الغرفة الموجود في الجدار الفاصل بينها وبين غرفة المراقبة فان وجهته الخارجية تغطي بمادة عازلة أيضا ويحاط الباب باطار من البلاستيك أو المطاط الممغنط بحيث لا يمكن للضوضاء الخارجي الدخول إلي الغرفة عندما يغلق هذا الباب وتخلو غرفة البلاتوه عادة من النوافذ باستثناء النافذة الموجودة في الجدار الفاصل بينهما وبين غرفة المراقبة كما سبقت الاشارة وتوضع مادة ماصة للصوت في المساحة تكون مفرغة الهواء

٢- تخفيض ضوضاء التكوين :

ومصدره تكوين الغرفة ذاتها Structure bome Noise بمعني أن المواد التي صنعت منها الجدران والسقف والأرضية وكذلك التوصيلات والأجهزة الكهربائية والميكروفونات والمكاتب والادارات كلها ذات

اهتزازات ولو ضعيفة جداً ولكناه تفرز في النهاية نوعا من الضوضاء وعلي الرغم من أن ضوضاء التكوين موجودة في كل الأماكن الاأن هناك حـــدود مسموحا بها.

أما ستديوهات الراديو بأنواعها المختلفة فإن الحدود المقبولة للضوضاء تتراوح ما بين ٢٠إلي ٣٠ ديسبل ولكي يتم التقليل من ضوضــــاء التكــوين توضع علي جدران الغرفة من الداخل مواد ماصة للصوت وتتعدد هذه المواد كما تختلف من حيث قدرتها علي الامتصاص.وتوضع المواد الماصة علـــي جدران الغرفة في صورة أشكال هندسية معينة تتمشي مع حجــم الاســتديو وشكله ومن خلال هذه المواد يمكن امتصاص الضوضاء التكوينية المنشأ كما أنها في الوقت نفسه ذات علاقة بزمن الرنين داخل الغرفة ويمكــن أيــضا التقليل من ضوضاء التكوين بتجنب مصادر الاهتــزازات الملموســة مثــل (مواتير المياه أو مواتير توليد الطاقة) كمــا تغطــي المكاتــب والأرضــية بنوعيات معينة من السجاد تمتص الاهتزازات وتحول دون انتقالها اضـــافة إلي ذلك فان تصميم غرفة الاستديو منذ البداية يتطلب اقامة المراكز الأربعة لها علي سوست متحركة وتثبيت الحوائط مع بعضها البعض بمادة مطاطية مرنة Resilient هذا بافتراض ان التصميم Desing منذ البداية يقوم علـــي أن الغرفة ستكون جزءا من استديو اذاعي أما اذا كانت الغرفــة مخصــصة لأغراض أخري وثم تحويلها إلي استديو اذاعي فليس أمام المــصمم ســوي تجنب مصادر الاهتزازات والتقليل منها باتخاذ الاجراءات المذكورة سلفا.

٣--تعديل الرنين الداخلي :

ويعرف علميا بـــرنين الغرفـــة Room Reasonance فعنـــدما يـــصدر الصوت بين أسطح متقابلة Parallel Surfaces ينعكس من سطح إلـــي آخـــر ويظل كذلك حتي يضعف ويتلاشي ولكن مع استمرار الصوت تكون هنـــاك موجات صوتية تنعكس باستمرار وتحدثا رنينا متكررا في كل مرة تكون فيه المسافة بين السطحين المتقابلين مساوية لقيمة صحيحة من نـــصف طـــول الموجة.

اذ ان المواد الماصة للصوت توضع علي الأسطح في صورة أشـــكال

هندسية بما يجعل هذه الأسطح ذات بروز ونتوء بأساليب معينة فتعدل من انعكاسات الموجه الموافقة هذا بالاضافة إلي فاعلية امتصاص الصوت بنسب يمكن التحكم فيها حسب الغرض الذي يستخدم فيه الاستديو.

٤- التحكم في زمن الرنين :

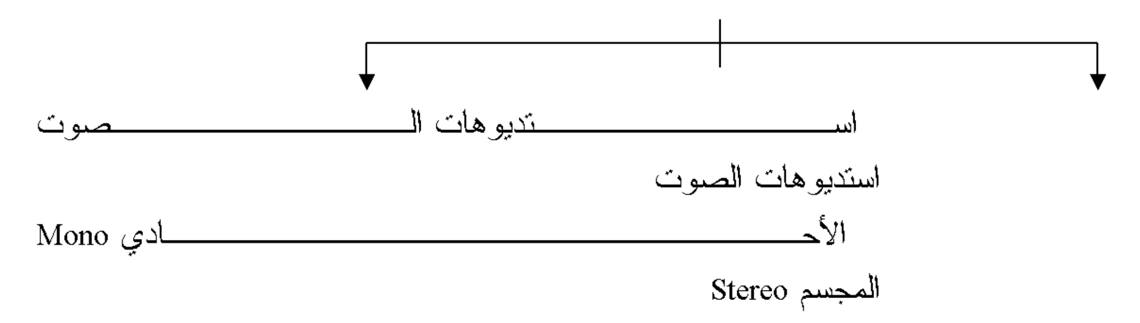
عند التحدث داخل الاستديو فإن الموجات الصوتية تنتشر في مختلف الاتجاهات وتصطدم بالحوائط والسقف والأرضية وتنعكس تكراراً Repeatedly من سطح إلي آخر وتفقد قوتها وتتلاشي تدريجيا إلي أن تصبح غير مسموعة فالصوت إذن يستغرق وقتا معينا منذ أن يخرج من مصدره حتي يصبح مسموع. وعلي هذا الاساس فان زمن الرنين هم : الوقت الذي يستغرقه الصوت داخل الحجرة إلي أن تصبح شدته أقل من ٦٠ ديسبل.

بعد انخفاض مستوي الصوت إلي ٦٠ ديسبل وإلي أن يتلاشي الصوت نهائيا يمكن سماع رنين الصوت ويتأثر زمن الرنين بطبيعة المادة الماصة للصوت من جهة وبحجم الاستديو من جهة ثانية فزمن الرنين يكون أطول في الاستديوهات الأكثر اتساعاً ويمكن التحكم في زمن الرنين بحيث يكون ملائما لطبيعة الاستديو من خلال كمية ونوعية المادة الماصة للصوت التي توضع علي الأسطح الداخلية للغرفة.

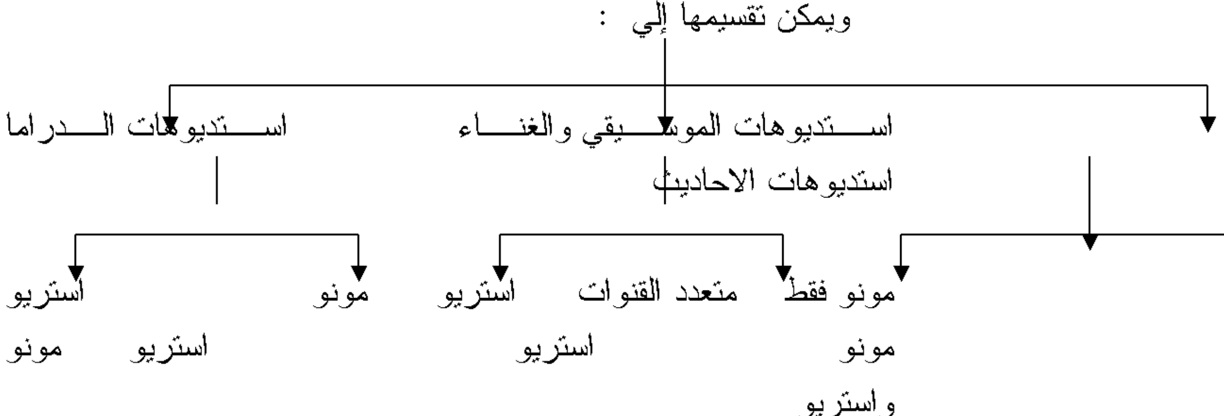
☒ أنواع الاستديوهات :

- ويمكن تقسيم الاستديوهات من حيث الغرض منها إلي :

١- استديوهات اذاعة البرامج (استديوهات التنفيذ) ويتم فيها تنفيذ البرامج المطلوب بثها لارسالها إلي محطات الارسال الاذاعي وتنقسم إلي :



٢- استديوهات انتاج البرامج وتقوم بانتاج البرامج من دراما – موسيقي – برامج ويلحق بها غرفة المونتاج المزودة بالأجهزة والمعدات التي تمكن من ادخال التعديلات اللازمة علي المادة الاذاعية التي تم تسجيلها. ويمكن تقسيمها إلي :



❖ وجميع هذه الاستديوهات تتصل بغرفة مركزية تسمي " غرفة المراقبة الرئيسية لدار الاذاعة وأهم وظائف غرفة المراقبة الرئيسية :

١- استقبال البرامج الخارجية من مختلف الجهات الخارجية وتوزيعهاعلي الاستديوهات المحتلفة (مثل الاذاعات الخارجية).

٢- استقبال البرامج من استديوهات التنفيذ وتوصيلها إلي محطات الارسال التي تقوم ببثها إلي المستمعين.

٣- .ربط الاستديوهات الاذاعية بعضها ببعض.

٤- مراقبة استمرارية وجودة البرامج المذاعة.

وفضلا عن اختلاف هذه الاستديوها في الحجم أو زمن الدوي لتناسب الغرض المنشود منها الا أن تجهيزها بالأجهزة المناسبة يكون أساسيا لكي يتيح لها القدرة علي أداء وظيفتها.

☒ تجهيز الاستديوهات

١- استديوهات التنفيذ :

وهذه الاستديوهات غالبا ذات حجم متوسط وتجهز بعدد من الميكروفونات يستخدم عدد منها لاذاعة البرامج والأخري للتخاطب بين المذيع ومهندس الاستديو أما غرفة مراقبة هذه الاستديوهات فمزوده

بماكينات اذاعة للأشرطة أو الاسطونات مع طاولة مراقبة تحتـوي علـي مداخل عديدة تتصل بالميكروفونات وبماكينات اذاعة البرامج من الاشـرطة أو الاسطونات وهي تقوم بتسهيل اخراج البرنامج متتاليـا إلـي المـستمع بصورة جيدة.

وهذه الاستديوهات تجهز بكثير من الاحتياطات ودوائر الحماية بحيث تمنع اذاعة أية أصوات غير مطلوبة عن طريق الخطأ او السهو.

واستديوهات التنفيذ غالبا ما يكون زمن الدوي بها في حدود ٠,٥ ثانية.

٢- استديوهات الأحاديث والمونتاج :

وهي تتشابه مع استديوهات التنفيذ من حيث الشكل وزمـن الـدوي الأنها تجهز بماكينات لاذاعة وتسجيل الاشرطة بحيث يمكنها من أداء عملها في تسجيل الأحاديث وعمل المونتاج الاذاعي للبرامج المختلفة.

٣- استديوهات الدراما :

وأي من هذه الاستديوهات يتكون عادة من ثلاث أماكن تختلـف فـي زمن الدوي تستخدم سويا لتوفير كافة الظروف الخاصة بالأعمال الدراميـة وهذه الأماكن هي :

أ- Dide Room وزمن الدوي لها أقل من ٠,٢ ثانية.

ب- Reverbration وزمن الدوي لها أكبر من ١,٥ ثانية.

ت- Normal Rom وزمن الدوي لها في حدود ٠,٦ ثانية

وهذه الاستديوهات يتم تجهيزها بأجهزة الكترونية نحصل منها علـي مؤثرات صوتيه مختلفة مثل صدي الصوت وزمن دوي متغير...إلـخ هـذا اضافة إلي طاولات المراقبة والمزج وماكينات الاذاعة والتسجيل.

٤- استديوهات الموسيقي والغناء :

وهي استديوهات تتسم بأحجامها الكبيرة ولها دوي أكبر من ٠,٧ ثانية للتتناسب مع أنواع الموسيقي المختلفـة ومـزودة بفواصـل Panels يمكـن بواسطتها تعديل زمن الدوي.

وهذه الاستديوهات غالبا ما يتم تجهيزها حاليـا بطـاولات صـوت وماكينات تسجيل متعددة القنوات تصل إلي ٢٤ قناة هـذا بالاضـافة إلـي

ماكينات لتسجيل الصوت الأحادي والاستريو..

الفصل العاشر

الاذاعات المتخصصة

- مقدمة
- إذاعة الأغاني
- إذاعة الأخبار
- إذاعة الكبار
- الاذاعة التعليمية
- ساعات ارسال الاذاعات المتخصصة
- توزيع ساعات الارسال حسب الاذاعات
- توزيع ساعات الارسال حسب المجالات البرامجية

الاذعات المتخصصة

نظرا لأن سمة العصر هو التخصص وخاصة بعد الثورة الكنولوجية في عالم الاعلام والاتصال فإن الهدف الذي تسعي إليه شبكة الاذاعة المتخصصة هو تقديم خدمات تغطي احتياجات خاصة للمستمع بما يتفق مع ميوله واهتماماته ورغباته.

هذا وقد أعطي الرئيس / محمد حسني مبارك اشارة البدء لإنطلاق شبكة الاذعات المتخصصة في عيد الاعلاميين السادس عشر من (مايو ١٩٩٩) والتي تضم سبع اذاعات تبث إرسالها علي الموجات العادية إضافة إلي البث الفضائي من خلال القمر المصري (نايل سات) والقمر الفضائي الاذاعي (إفريستار) ومن المخطط له أن تضم هذه الشبكة العديد من الاذاعات المتخصصة هي : -

إذاعة الأخبار - إذاعة الكبار - إذاعة الأسرة والطفل - إذاعة الغناء، والاذاعة الضاحكة - الإذاعة التعليمية - الاذاعة الطائرة. وبالفعل بدء بث شبكة الاذاعات المتخصصة في السابع عشر من (مايو ٢٠٠٠) في عيد الاعلاميين وبدء بالفعل بث أربع إذاعات متخصصة هي :

١- إذاعة الأغاني :

حظيت إذاعة الأغاني بإقبال كبير غير محدود من المستمعين وحققت تطوراً مشهوداً ففي ظل مد الارسال المستهدف علي مدار اليوم تعمل إذاعة الأغاني علي تقديم خدمة متميزة لكل جمهور المستمعين بعد الانتشار الواسع الذي حققته وذلك من خلال :

١- تقديم الطرب الأصيل لرواد الغناء العربي للإرتقاء بالذوق في مواجهة ما بالسوق من أغاني هابطة.
٢- اهتمت باستحداث برامج غنائية جديدة.
٣ - تسجيل الأغنيات الموجودة بالاذاعة علي اسطونات مضغوطة (CD) لضمان جودة الصوت هندسياً ولسلامة حفظها.
٤- انشاء مكتبة خاصة تضم الاسطونات المضغوطة داخل الاستديو إذاعة

الأغاني لتحقيق رغبات المستمعين فيما يرغبون الاستماع إليه علـــي الهواء مباشرة.

٥- بث حفلات أضواء المدينة وكل حفلات اتحاد الاذاعة والتلفزيون الغنائية علي الهواء مباشرة حتي تقدم كل ما هو جديد في الغنـــاء المـــصري والعربي.

٦- العمل علي تفعيل دور الاذاعة في مجال إذاعة الاعلانات من خلال جذب المزيد من المعلنين إليها.

٢- إذاعة الأخبار

وهي أول إذاعة متخصصة في المنطقة العربية متخصصة للأخبار وما يتعلق بها من رسائل – تقارير إخبارية – ندوات.

وقد اقتصرت إذاعة الأخبار في البداية علي تقديم نشرة كـل نـصف ساعة ثم فاصل موسيقي وفي عام ٢٠٠١ تم إضافة برنامج جريدة الجرائـد المتخصصة كشكول متنوع يضم مختلف الاهتمامات.

ومن المستهدف زيادة عدد ساعات الارسال حيث يستمر ٢٤ ســاعة والاستعداد لذلك باستحداث برامج جديدة في إطار السياسة العامة للإتحاد من خلال :-

١) تطوير العمل الإخباري في الاذاعات المتخصصة لكي تكون وكالة أنباء إذاعية تأخذ عنها الاذاعات الأخري بل والصحف أيضا وذلك باستحداث فترات اخبارية وبرامج جديدة تتضمن إخبار محلية – عربية – دوليــة والتقارير والتعليقات السياسية.
٢) توسيع شبكة المراسلين في عواصم العالم المؤثرة سياسيا.
٣) تقديم نشرات اخبارية متنوعة (رياضة – اقتصاد – سياسة – صحافة – ثقافة – علوم – فنون)
٤) تنمية الكوادر العامة في هذه المجالات.

٣- اذاعة الكبار:

- تقدم إذاعة الكبار عدداً كبيراً من البرامج المتنوعة الدينيــة والثقافيــة والترفيهية والحواريــة والاخباريــة وبــرامج الخــدمات الــصحية

والاجتماعية وغيرها وتقدم هذه الخدمات لكبار السن مع الحرص علي اشراكهم في البرامج المختلفة التي تقدم لهم وزيـاراتهم فـي أمـاكن تواجدهم.

- وفي ظل زيادة عدد ساعات الارسال تستعد إذاعة الكبار لتقديم برامج متميزة جديدة لخدمة الجمهور المستهدف تركز علي عرض مـشكلاته وتقديم المقترحات والأفكار الملائمة لحلها.
- كذلك تقديم المزيد من المشروعات التي تهم الكبـار مثـل معـرض لمنتجات الكبار – جليس الكبار – الكبار يكفلون الكبار – نادي أصدقاء الكبار – بعثة الحج وقد تم إتاحة الفرصة ل ١٢٨ فرداً لأداء مناسـك الحج.
- أيضا زيادة البرامج الصحية والرياضية التي تهتم بصحة كبار الـسن ولياقتهم البدنية وتقديم أفضل أنواع العلاج لهـم وذلـك مـن خـلال الاتصالات التلفونية مع الكبار في البرامج المختلفة.
- العمل علي زيادة جرعة البرامج الثقافية التي تتضمن عرضا للكتـب الجديدة وأهم المقالات والتحقيقات الصحفية التي تتناول الموضـوعات التي تحظي بإهتمامهم.
- أيضا الاهتمام بالجانب الاجتماعي في حياة كبار السن بتنظيم تبـادل الزيارات فيما بين أصحاب المهن الواحدة لأن ذلك يتيح لهـم فـرص الحوار في الموضوعات المفضلة لديهم.
- العمل علي تقديم ملخص لفيلم سينمائي أو مسرحية قديمة نصف ساعة فقط ومن خلال ضغط الأحداث وتقديمها بشكل فني جيـد بهـدف أن يستعيد الكبار ذكريات الأحداث التي عاشوها وتذكر الأيـام الجميلـة الماضية.

٤- الإذاعة التعليمية :

كانت الاذاعة التعليمية تابعة لشبكة الاذاعات المحلية ثم انضمت الـي شبكة الاذاعات الموجهة وهي تركز علي الأهداف التالية :

١) تقديم البرامج التعليمية المنهجية لطـلاب الحلقـة الابتدائيـة للتعلـيم

الأساسي والمرحلة الاعدادية والثانوية العامة بمرحلتيها الثانوية الفنية الصناعية والزراعية والتجارية إضافة إلي برامج محو الأمية

٢) هدفها الأساسي هو استيعاب الطلبة لدورسهم ومناهجهم التعليمية وتوصيل هذه الخدمة التعليمية إليهم بالاسلوب التربوي المناسب والمساهمة في تقليص وتقليل الاعتماد علي الدروس الخصوصية وتقديم برامج للمدرسين تساعدهم علي أداء رسالتهم.

٣) تستهدف البرامج التعيمية التربوية تعديل لسلوك الأفراد ودعم القيم الدينية وتوضيح أهمية المحافظة علي البيئة وغرس الانتماء وحب الوطن.

٤) استحداث الاذاعة التعليمية فقرات إذاعية جديدة علي الهواء لخدمة ذوي الاحتياجات الخاصة بتقديم برامج مسابقات ثقافية وتعليمية.

٥) كما تحرص الاذاعة علي مواكبة كل تطوير يحدث في المناهج من خلال خطة الدولة في تطوير المناهج الدراسية في المرحلة التعليمية المختلفة.

٦) التوسع في تقديم الدروس المنهجية باضافة معلومات جديدة وذلك بالنسبة للمراحل الدراسية المختلفة مع التركيز علي المواد الحيوية في التعليم الفني الصناعي مثل هندسة التكيف والتبريد – هندسة تكنولوجيا السيارات والتي تعود بالفائدة علي خريجي هذه المدارس في الحياة العملية مما يسهم في دفع عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

٧) تعمل علي التوسع في الفترات المفتوحة التي تستضف أساتذة علي الهواء للرد المباشر علي تساؤلات الطلبة والطالبات في المناهج الدراسية.

٨) استحداث الاذاعة التعليمية فترات مفتوحة خاصة التعليم الفني (الزراعي – التجاري – الفندقي) مع توفير أساتذة أكفاء لهذه والفترة بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم.

هذا وتقدم الاذاعة التعليمية خدمة متميزة من خلال :

- اسلوب جديد يعتمد علي تلقي المكالمات الهاتفية من الطلبة وتسجيل

استفسارتهم وتساؤلاتهم للرد عليها خلال اليوم نفسه بواسطة أساتذة متخصصين.

- التوسع في مجالات مجموعات التقوية وتقديم المراجعات المستمرة للمادة علي مدار العام
- كما تقدم الاذاعة التعليمية العديد من البرامج الأخري التي تخدم العملية التعليمية ولكن بطريقة غير مباشر مثل :

١- برامج محو الأمية وتشمل محو الأمية الأبجدية والتعليم للجميع.

٢- برامج تعليم التكنولوجيا العلمية مثل برنامج أنت والكمبيوتر.

٣- برامج تقديم الخدمة الطلابية مثل برنامج دليل الطالب

٤- برامج ترتقي بمستوي الطلبة اللغوي مثل (الانجليزية للمبتدئين – الانجليزية للمتقدمين – القاموس اللغوي المسموع – دنيا اللغة – حلو الكلام – الفرنسية للمبتدئين – علوم اللسان وغيرها).

٥- برامج ترتقي بالجانب المعرفي لدي الطلاب مثل (علامة استفهام – أطلس متخصص جداً – كتاب لك – كن معلماً – دنيا اللغة).

هذا ومن الجوانب المهمة التي تهتم بها الاذاعة التعليمية أيضا الاستمرار في تقديم المادة العلمية في قالب دراسي مناسب خاصة فيما يتعلق بالقصص المقررة في المناهج الدراسية في المراحل التعليمية المختلفة والمستهدف في تطبيق هذا المنهج بالنسبة للقصص الأجنبية المقررة.

كما تعمل الإذاعة علي ترسيخ الجوانب التنموية لدي شباب مصر وتأكيد المنهج الثقافي والعلمي والتغطية الفورية لكل الجوانب العلمية كالمؤتمرات والندوات والمناسبات الثقافية المختلفة.

☒ ونظرا لمجهودها الرائع فقد فازت الاذاعة التعليمية بعدة جوائز منها :

- الجائزة الأولي درع شهادة تقدير عن برنامج (يوميات فتاة عصرية) في مسابقة الأعمال المتميزة عن قضايا المرأة التي نظمتها جمعية نهوض وتنمية المرأة.
- ميدالية وشهادة تقدير من منظمة اتحاد الكتاب الأفر وأسيوية في مسابقة عن حقوق الانسان والقضية الفلسطينية.

☒ ساعات إرسال شبكة الاذاعات المتخصصة :

خلال عام (٢٠٠٣/٢٠٠٤) قدمت شبكة الاذاعات المتخصصة ١٨٧٠٠ ساعة و ٣٧ دقيقة بمتوسط يومي ٥١ ساعة.

أما في عام ٢٠٠٥ قدمت شبكة الاذاعات المتخصصة ١٩٣٣٤ ساعة و ٣٥ دقيقة بمتوسط يومي ٥٢ ساعة و ٥٨ دقيقة بزيادة ٦٣٣ ساعة و ٥٨ دقيقة عن عام – ٢٠٠٣/٢٠٠٤ – وبمتوسط يومي ساعة و ٥٢ دقيقة موزعة كالآتي : –

توزيع ساعات الارسال بحسب الاذاعات

الاذاعات	ساعات الارسال		النسبة	المتوسط اليومي	
	س	ق		س	ق
إذاعة الأغاني	٥٥	٨٧٥٨	%٤٥,٣٠	٥٩	٢٣
الاذاعة التعليمية	٥٠	٤٣٧٨	%٢٢,٦٥	–	١٢
إذاعة الكبار	٥٨	٢٩١٩	%١٥,١٠	–	٨
إذاعة الأخبار والموسيقي	٥٢	٣٢٧٦	%١٦,٩٥	٥٩	٨

❖ ومن المخطط لك بالنسبة للإذاعات المتخصصة الأخري التي ستبدأ قريبا إرسالها – ما يلي

- إذاعة الأسرة والطفل وتهتم بتوعية الأسرة بما يحقق لأطفالنا التنشئة الصحيحة من حيث بناء الشخصية التي تسهم في تنمية المجتمع وتقدمه في المستقبل.
- الاذاعة الضاحكة : وتهتم بتقديم كل ما يثير الضحك والبهجة وذلك للخفيف من هموم الانسان بعد أن أصبحت المشاكل التي تتعرض لها الشعوب تدخل كل بيت.
- الاذاعة الطائرة وتبث برامجها من خلال طائرة تحلق في سماء مصر لتعطي صورة واضحة عن حركة المرور وتقوم بتغطية أي أنشطة متحركة كسباق الدرجات أو السباحة الطويلة أو المارثون.

توزيع ساعات الارسال بحسب المجالات البرامجية

المجالات البرامجية	ساعات الارسال		النسبة	المتوسط اليومي	
	ق	س		ق	س
المجال السياسي	٣٥	٢٠٤١	%١٠,٥٦	٣٦	٥
المجال الديني	٨	١٠٧٤	%٥,٥٦	٥٧	٢
المجال الثقافي	٩	٩١٠	%٤,٧١	٣٠	٢
المجال التعليمي	٣	٢١٤٣	%١١,٠٨	٥٢	٥
المجال الرياضي	٤٦	٣٨	%٠,٢٠	٦	-
المجال الاقتصادي	٢٥	٦٤	%٠,٣٣	١٠	-
الخدمات والتنمية	٣١	٨٣٢	%٤,٣٠	١٧	٢
المجال الصحي	٤٤	٣٣٥	%١,٧٤	٥٥	-
المجال الاجتماعي	٤٠	٧٧٥	%٤,٠٤	٧	٢
مجال التراث	٦	١١٤	%٠,٥٩	١٩	-
التاريخي	٤٨	٥	%٠,٠٣	١	-
المجال السياحي	٤٠	١٠٩٩٨	%٥٦,٨٩	٨	٣٠
مضامين ترفيهية					

قائمة المراجع

أولاً : المراجع العربية :

١ – الكتب :

- القرآن الكريم، الأحاديث القدسية، الأحاديث النبوية الشريفة.
- إبراهيم إمام. الإعلام والاتصال بالجماهير (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٥).
- ــــــــــ. الإعلام الإذاعي والتليفزيوني (القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٨٥).
- إبراهيم المسلمي. مدخل إلي الراديو والتليفزيون (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع، ١٩٩٩).
- إبراهيم همام. الإعلام الإذاعة والتليفزيون، ط٢ (القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٨٥).
- إبراهيم وهبي. الخبر الإذاعي، ط١ (القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٨٠).
- إجلال خليفة. اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي. ج٢ (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٣).
- ــــــــــ. الوسائل الصحفية وتحديات المجتمع الإسلامي المعاصر (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية).
- أحمد محمد المصري. الإعلان (الاسكندرية : مؤسسة شباب الجامعة ٢٠٠٠).
- أمين بسيوني. التخطيط البرامجي الإذاعي، مجموعة محاضرات مختارة عن التخطيط والإنتاج للراديو والتليفزيون (القاهرة : كلية الإعلام، جامعة القاهرة ١٩٩٥).
- جمال العطيفي. جريدة الصحافة وفق تشريعات جمهورية مصر العربية. ط٢ (القاهرة : د. ن، ١٩٧٤).
- حافظ محمود. معارك إذاعية قديمة المعارك في الصحافة والسياسة والفكر بين ١٩١٩ – ١٩٥٢ (القاهرة : دار التحرير للطبع والنشر، ١٩٦٩).

- حسن عماد مكاوي. إنتاج البرامج للراديو النظرية والتطبيق، ط١ (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٩).
- ـــــــــــــ، ليلي حسين السيد. الاتصال ونظرياتـه المعاصـره، ط١ (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨).
- حسن محمد عز الدين. الإعلان (القاهرة : مكتبة عين شمس، د.ت).
- حسين أبو شنب. مدخل إلي فنون الراديو والتليفزيون (غزة : من منشورات مركز دراسات وأبحاث الشخصية، ١٩٩٨).
- خليل صابات. الإعلان تاريخه، أسسه وقواعده، فنونه وأخلاقياته، ط١(القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٦٩).
- ـــــــــــــ. جمال عبد العظيم. وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط٩ (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية، ٢٠٠١).
- د. رفعت عارف الضبع. الأتيكيت السلوك الإنساني وفقاً للأديان السماوية، دار الفكر الأردنية، عمان، الأردن، ٢٠٠٨م.
- ـــــــــــــ. الصحافة التربوية، دار الفكر الأردنيـة، عمـان، الأردن، ٢٠٠٨م.
- ـــــــــــــ. الدراما والمجتمع، دار الفكر الأردنية، عمان، الأردن، عام ٢٠٠٨م.
- ـــــــــــــ. الإعلام التربوي وقضايا المجتمع، دار الفكـر الأردنـي، عمان، الأردن، عام ٢٠٠٨م.
- ـــــــــــــ. الإعلام التربـوي تأصـيله وتحـصيله، ط١ (دار الفكـر الأردنية، الأردن، عمان، ٢٠٠٨).
- سامي الشريف. الإعلان التليفزيوني، الأسس والمبـاديء (القـاهرة : دار الوزان للطباعة ١٩٩٠).
- سعد لبيب. دراسات في الفنون الإذاعية، ط١ (بغـداد : مطبعـة الأديـب البغدادية، ١٩٧٣).
- سمير محمد حسين. الإعلام والاتصال الجمـاهيري والـرأي العـام، ط١ (القاهرة : عالم الكتب، ١٩٨٤).

- سهير جاد. سامية أحمد علي. البرامج الثقافية في الراديو والتليفزيون، ط١ (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ١٩٨٩).
- سوزان الفليني.هبة شاهين. التدريب والإنتاج الإذاعي والتليفزيوني (القاهرة : دار النهضة العربية، ب – ت).
- صابر فلحوظ، محمد البخاري، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي، ط١ (القاهرة : دار علاء الدين، ١٩٩٩).
- صالح أبو أصبع. الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط١ (الأردن : دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٩٥).
- ــــــــــــ. الاتصال الجماهيري، ط١ (القاهرة : دار الشروق للنشر والتوزيع، ١٩٩٩).
- صفوت العالم. عملية الاتصال الإعلاني، ط٣ (القاهرة : مكتبة النهضة المصرية، ١٩٩٨).
- طاهر مرسي عطية. فن الإعلان وترويج المبيعات (القاهرة : دار النهضة العربية، د.ت).
- عاطف العبد عبيد. الإذاعة والتليفزيون في مصر (القاهرة : دار الفكر العربي، ٢٠٠٢).
- ــــــــــــ. التخطيط الإعلامي : الأسس النظرية والنماذج التطبيقية (القاهرة : مكتبة فيروز المعادي، ١٩٩٩).
- ــــــــــــ. نظريات الإعلام والرأي العام الأسس العلمية والتطبيقات النظرية، ج١ (القاهرة : دار الفكر العربي، ٢٠٠٢).
- عبد الجبار منديل الغانمي. الإعلان بين النظرية والتطبيق، ط١ (الأردن : دار اليازوري العلمية، ١٩٩٨).
- عبد الحميد الحديدي. الصحافة الإذاعية. مذكرات غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام، د.ت).
- عبد السلام أبو قحف. هندسة الإعلان والعلاقات العامة (الاسكندرية : مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، ١٩٩٩).

- عبد العزيز البشري. قطوف البشري (القــاهرة : مركــز كتــب الــشرق الأوسط، د.ت).
- عبد العزيز الغنام. المدخل في علم الصحافة : التخطيط للبرامج الإذاعيــة للراديو والتليفزيون، ج٢ (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٣).
- عبدالعزيز الغنام. تخطيط البرامج وإدارة المؤسسات الإذاعية، محاضرات غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٣).
- عبد العزيز شرف. " المدخل إلي وسائل الإعلام " ط١(القــاهرة : الهيئــة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٠) .
- ــــــــــــ. فن التحرير الإعلامي (القاهرة : الهيئة المــصرية العامــة للكتاب، ١٩٨٠).
- عبد الكريم درويش. ليلي تكلا. أصول الإدارة العامة (القــاهرة : مكتبــة الانجلو المصرية، ١٩٧٧).
- عبد المجيد شكري. الفن الإذاعي وتحديات تكنولوجيــا قــرن جديــد، ط١ (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع، ١٩٩٩).
- علي الأنصاري. الإعــلان ونظريــات وتطبيــق، ط١ (القــاهرة : د.ن. ١٩٥٩).
- علي السلمي. الإعلان (القاهرة : مكتبة غريب، د.ت).
- علي العنتيل. أسس الدعاية والإعلان (القاهرة : الهيئة المــصرية العامــة للكتاب، ١٩٨٢).
- قحطان بدر العبدلي. سمير عبد الرازق العبدلي. الدعاية والإعلان (بيروت : دار العلوم العربية للطباعة، ب- ت) .
- كرم شلبي. المذيع وفن تقديم البرامج للراديو والتليفزيون (القاهرة : مكتبة التراث الإسلامي، ١٩٨٦).
- ــــــــــــ. فن الكتابة للراديو والتليفزيــون، ط١ (القــاهرة : مكتبــة التراث الإسلامي ١٩٨٧).
- لندال دافيدوف. مدخل علم النفس، ترجمة سيد الطواب، محمود عمر، ط٣ (القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٨٨).

- ماجي الحلواني. الإذاعات العربية، ط١ (القـــاهرة : دار الفكــر العربـــي، ١٩٨٢).
- ــــــــــــ. محمد مهني. الفنون الإذاعيــة الــسمعية والبــصرية، ط١ (القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٨٦).
- ــــــــــــ. مدخل إلي الفن الإذاعي والتليفزيوني والفضائي (القاهرة : عالم الكتب، ٢٠٠٢) .
- ماجي الحلواني. وعاطف العبد. الأنظمة الإذاعية العربية (القـــاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٨٧).
- مجد هاشم الهاشمي. الإعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الصناعية، ط١ (الأردن : دار المناهج للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣).
- مجدي سمعان. الإعلان التليفزيوني. (القـــاهرة : دار الكتـــاب المـــصري، ١٩٧٨).
- محرم أحمد. تسمعون الآن (القاهرة : دار المأمون، ١٩٣٩).
- محمد الخطيب. مذكرات في الإعلام الإذاعي (القـــاهرة : كليـــة الإعـــلام، د.ت).
- محمد الوفائي. الإعلان (القاهرة : مكتبة عين شمس، د.ت).
- محمد زعيتر. الهندسة الإذاعية. مجموعة محاضرا مختارة عن التخطـــيط والإنتاج للراديو والتليفزيون (القاهرة : كلية الإعـــلام، جامعـــة القـــاهرة، ١٩٩٥).
- محمد سعيد الجو خدار : مباديء التمثيل والإخراج (جده : دار الـــشروق، ب.ت).
- محمد عبد الحميد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٢ (القاهرة : عالم الكتب، ٢٠٠٠).
- محمد عبد الـــرحيم. أساســـيات الإدارة والتنظـــيم، ط٢ (القـــاهرة : د.ن، ١٩٨٤).
- محمد علي العويني. الراديو والتنمية السياسية (القـــاهرة : عـــالم الكتـــب، ١٩٨١).

- محمد عمر الجارحي. حقيقة الإعلان، ط١ (سورية : دار المكتبة، ٢٠٠٢).
- محمد فتحي. الإذاعة المصرية (القاهرة : كلية الإعلام، جامعـــة القـــاهرة، د.ت).
- محمد فريد الصحن. الإعلان (الإسكندرية : الدار الجامعية، ١٩٩٩).
- محمد معوض. بركات عبد العزيز. إنتاج البرامج الإذاعية والتليفزيونيـــة، ط١ (الكويت : دار الكتاب الحديث، ١٩٩٨).
- ــــــــــــــ. دراسات في الفن الإذاعي (القـــاهرة : مطـــابع الجامعـــة العمالية، د.ت).
- ــــــــــــــ. بركات عبد العزيز. انتاج البرامج الإذاعية والتليفزيونيـــة، ط١ (الكويت : دار الكتاب الحديث، ١٩٩٨).
- ــــــــــــــ. بركات عبد العزيز. إنتاج البرامج الإذاعية والتليفزيونيـــة، ط١ (الكويت : ب- ن، ١٩٩٨).
- محمود العسال. أصول الإعلان وتطبيقاته في المجتمع الاشتراكي (القاهرة : دار الناشر العربي، ١٩٦٩).
- محمود عساف. أصول الإعلان (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتابـــة، ١٩٧٦).
- مختار التهامي. الإعلام والتحول الاشتراكي. ط١ (القاهرة : دار المعارف، ١٩٦٦).
- مصطفي عبد القادر. دور الإعلان في التسويق السياحي، ط١ (بيـــروت : المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ٢٠٠٣).
- مصطفي محمد فلاته. الإذاعة السمعية وسيلة إتصال وتعلم، ط١ (السعودية : جامعة الملك سعود للمطابع والنشر، ١٩٩٧).
- ملفين ديفلير وساندرا بول – روكينسن. نظريات وسائل الإعلام، ترجمـــة كمال عبد الرؤف، ط١ (القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٣).
- مني سعيد الحديدي، سلوي إمام علي. الإعلان في التليفزيـــون المـــصري (القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٨٧).
- ناجي فوزي خشبة. الإعلان(المنصورة: المكتبة العصرية، ٢٠٠٣).

- نادية العارف. عبد السلام أبو قحف. الإعلان، ط١ (الاسكندرية : الدار الجامعية، ١٩٩٣).
- نبيل الحسيني النجار. الأصول العلمية للتسويق والبيع والإعلان (القاهرة : مكتبة عين شمس، ١٩٩١).
- هناء عبد الحليم سعيد. الإعلان، ط٢ (القاهرة : الشركة العربية للنشر والتوزيع، ١٩٩٥).
- يوسف مرزوق. الإذاعات الإقليمية وتحقيق أهداف التنمية. سلسلة دراسات إعلامية (القاهرة : اتحاد الاذاعات الدولية، ١٩٨٠).
- ـــــــــــ. المدخل إلي حرفية الفن الإذاعي (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٦).

٢- **رسائل الدكتوراه :**

- علاء محمد عبد العاطي. دور الراديو والتليفزيون في التنشئة السياسية للمراهقين، رسالة دكتوراه، غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤).
- فوزية فهيم. المادة الإخبارية في الإذاعة المصرية : (دراسة في تحليل المضمون، رسالة دكتوراه، غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٧٤).
- ليلي محمد عبد المجيد. السياسة الإعلامية في مصر منذ قيام ثورة يوليو ١٩٥٢ وحتي ١٥ مايو ١٩٧٠ وأثرها في الفن الصحفي في الفترة نفسها مع تصور لاسس سياسة إعلامية مستقبلية، رسالة دكتوراه، غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام، ١٩٨٢).
- محمد مهني. القضايا التي تعالجها برامج الرأي في الراديو والتليفزيون، رسالة دكتوراه، غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٤).

- هشام مصباح. فهم وتذكر الأخبار في التليفزيون المصري في إطار نظرية تمثيل المعلومات، رسالة دكتوراه، غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٦).

٣- رسائل الماجستير :

- ايمان عز الدين دوابة. دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتليفزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدي الرأي العام. رسالة ماجستير، غير منشورة (القاهرة : معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٥).
- بركات عبد العزيز عبد الله. التخطيط الإذاعي المحلي ودوره في تنمية المجتمع. رسالة ماجستير، غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام، جامعة القاهرة ١٩٨٤).
- خالد صلاح الدين حسن. دور التليفزيون والصحافة في توجيه وترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة في مصر، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير، غير منشورة، (القاهرة : كلية الإعلام، جامعة القاهرة،١٩٩٧).
- رجوي حسن أبو شعيشع. الإعلان التليفزيوني وعلاقته بتنمية المعلومات الصحية لأطفال ما قبل المدرسة) رسالة ماجستير، غير منشورة (القاهرة : معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس ٢٠٠٦).
- رشا السيد عبد الرحمن السيد. دور الإذاعات الدولية في إمداد المراهقين بمعلومات عن الأحداث الخارجية، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة : معهد الدراسات للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٦).
- سعاد محمد المصري. الإعلانات التليفزيونية وعلاقتها بإشباع الحاجات النفسية والاجتماعية للطفل من سن ٩-١٢ سنة، رسالة ماجستير، غير منشورة (القاهرة : معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس ٢٠٠٤).

- سمير محمد حسين. دراسة مقارنة للإعلان في الراديو والتليفزيون. رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة : كلية الآداب، جامعة القاهرة، ١٩٦٥).
- هويدا سيد مصطفي. القيم التي تعكسها إعلانات الشبكة التجارية في الإذاعة المصرية وارتباطها بخطة التنمية الحالية، رسالة ماجستير، غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٨).

٤- الدوريـــــــــات :

- اتحاد الإذاعة والتليفزيون. مجموعة محاضرات مختـارة عـن التخطـيط والإنتاج للراديو والتليفزيون (القاهرة : اتحاد الإذاعة والتليفزيون، ١٩٩٥).
- ــــــــــ. (٢٠٠٣) الخطة الإعلاميـة ٢٠٠٢ / ٢٠٠٣ (القـاهرة : إتحاد الإذاعة والتلفزيون، الكتاب السنوي).
- ــــــــــ. (١٩٨٣). الخطة الإعلاميـة ١٩٨٣/١٩٨٢ (القـاهرة : الاتحاد، الكتاب السنوي).
- ــــــــــ. (١٩٨٤) الخطة الإعلاميـة ١٩٨٣ /١٩٨٤ (القـاهرة : الاتحاد، الكتاب السنوي).
- ــــــــــ. (١٩٨٥) الخطة الإعلاميـة ١٩٨٤ /١٩٨٥ (القـاهرة : الاتحاد، الكتاب السنوي).
- ــــــــــ. (١٩٨٩) الخطة الإعلامية ١٩٨٨ / ١٩٨٩ (القـاهرة : الاتحاد، الكتاب السنوي).
- ــــــــــ. (١٩٩٥) الخطة الإعلاميـة ١٩٩٤/١٩٩٥ (القـاهرة : الاتحاد، الكتاب السنوي).
- ــــــــــ. (١٩٩٩) الخطة الإعلاميـة ١٩٩٨/١٩٩٩ (القـاهرة : الاتحاد، الكتاب السنوي) .
- ــــــــــ. (٢٠٠٠) الخطة الإعلاميـة ١٩٩٩ / ٢٠٠٠ (القـاهرة : الاتحاد، الكتاب السنوي).
- ــــــــــ. (٢٠٠٣) الخطة الإعلامية ٢٠٠٢ / ٢٠٠٣ (القـاهرة : الاتحاد، الكتاب السنوي).

- اتحاد الإذاعة والتليفزيون. (٢٠٠٦) الخطة الإعلاميـــة ٢٠٠٥ / ٢٠٠٦ (القاهرة : إتحاد الإذاعة والتليفزيون، الكتاب السنوي).
- ــــــــــــ. (٢٠٠٢) الخطـــة الإعلاميـــة ٢٠٠١/٢٠٠٢ (القـــاهرة : الاتحاد، الكتاب السنوي).
- ــــــــــــ. الإذاعة في عشر سنوات (القاهرة : الاتحاد،١٩٦٢).
- ــــــــــــ. التقرير الإحصائي السنوي لعام ١٩٧٨. (القاهرة. الاتحاد، ١٩٧٨).
- ــــــــــــ. الخطة الإعلامية لعام ١٩٨٠ / ١٩٨١ (القاهرة : الاتحاد، الكتاب السنوي).
- ــــــــــــ. الهيكل التنظيمي والاختصاصات التفصيلية لقطاع الإذاعة (القاهرة : الاتحاد، ١٩٨٦).
- ــــــــــــ. سمات جمهور مستمعي الإذاعـــة : خصائـــصهم وأنمـــاط استماعهم وميولهم واتجاهاتهم (القاهرة : الاتحاد، ٢٠٠٠).
- ــــــــــــ. مجموعة محاضرات مختارة عن التخطيط والإنتاج للراديو والتليفزيون (القاهرة : اتحاد الإذاعة والتليفزيون، ١٩٩٥).
- إذاعة. جمهورية مصر العربية. تاريخ حياة الإذاعة منذ نشأتها حتي عام ١٩٧٠، ط٢ (القاهرة : الأمانة العامة لمجلـــس إدارة إذاعـــة. ج. م. ع.، ١٩٩٦).
- إذاعة ج.ع.م. الإذاعة في عشر ســـنوات (القـــاهرة. مطبعـــة الاســـتقلال الكبري، ١٩٦٢).
- اليونسكو. نوادي الاستماع والمشاهدة الجماعية (القاهرة اتحـــاد إذاعـــات الدول العربية، ١٩٧٢).
- وزارة الإعلام. الإعلام المصري والألفية الثالثـــة (القـــاهرة : المجموعـــة الثقافية المصرية، ١٩٩٩).

٢- المجلات

- اتحاد إذاعات الدول العربية. مجلة الإذاعة والطفل. سلسلة دراسات وبحوث إذاعية، العدد ٢٤ مارس ١٩٨٠.

- إبراهيم العقباوي. تاريخ الإعلام الإذاعي المصري المسموع والمرئي، مجلة الفن الإذاعي عدد ١٧٨، ابريل ٢٠٠٥.
- الجريدة الرسمية. عدد ٥ يوم ١٩٧٦/١/٢٩.
- ــــــــــ. عدد ٩٥ يوم ١٩٥٥/١٢/١.
- ــــــــــ. عدد ٩، مارس ١٩٧١.
- ــــــــــ. عدد ١٣ يوم ١٩٧٩/٣/٢٩.
- حسن أحمد حسن. تخطيط إذاعي مرئي. مجلة الفن الإذاعي. عدد ١٧٨، ابريل ٢٠٠٥.
- الحسيني بدر. أسس ومباديء التنمية والتخطيط، مجلة النيل، المجلد الثاني اكتوبر، ١٩٧٩.
- سهير جاد. مكونات البرنامج الإذاعي، مجلة الفن الإذاعي، العدد ١٨٣، يوليو ٢٠٠٦.
- عبد الحميد الحديدي. الأخبار في إذاعات القاهرة، مجلة الفن الإذاعي. عدد ٥٩، ابريل ١٩٧٣.
- فتحي سالم. عمر الإذاعة ٤٠ عاماً وليس ثلاثين. مجلة الإذاعة والتليفزيون. العدد ١٣٥، ١٩٧٠/٥/١٦ .
- لطفي عزيز. ذكريات علي خليل الإذاعية، مجلة الإذاعة والتليفزيون، يوم ١٩٧٦/١٢/٢٥ .
- محمد حسني الحديدي. الإذاعة وسيلة لتطوير المجتمع العربي، مجلة الفن الإذاعي، العدد ١٦١، سبتمبر ٢٠٠٠.
- محمد لبيب النجار. الراديو والتليفزيون كأهم وسيلة اتصال معاق، مجلة الفن الإذاعي، العدد ٨٧، ١٩٨٧.
- محمد معوض. أهمية تكامل وأساليب الاتصال لحماية ورعاية الطفل المصري، مجلة الفن الإذاعي، العدد ١٢٠، ١٩٨٥.
- مرعي مدكور. تأثير الإعلان علي العملية التحريرية في الصحف اليومية بالسعودية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد ٦،اكتوبر – ديسمبر ١٩٩٩.

- حسن عماد مكاوي. تحليل الإنماء : مفهومه، ومنهجه، وتطبيقاته، وقضاياه الحالية، بحوث الاتصال (القاهرة : كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٣) العدد العاشر، ديسمبر ١٩٩٣.

٥- المؤتمرات :

- المسح الاجتماعي الشامل للمجتمع المصري في الفترة من ١٩٥٢ – ١٩٨٠ (القاهرة : المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٨٥).
- سامي الشريف. سلسلة كتابات نقدية " الثقافة والإعلام بين الواقع والطموح"، الدورة الثانية عشر (الاسكندرية : ١٩٩٧).

٦- المعاجـــم :

- لسان العرب والمعجم المحيط.

٧- مواقع علي النت

- http://www.ertu.org/radio/main-History htmI.p1 of 19.
- ________________________.p1 of 3.
- ________________________.p3 of 3.
- ________________________ p3 of 3.
- http://www.ertu.org/radio/r_motakh.html,p 1of 3.
- ________________________,p 1of 8
- ________________________,p 3of 3

ثانياً : المراجع الأجنبية :

- Defleur , M.L & Ball – Rokeach , S.J. (1982) the ories of Mass communication , 4 th Ed., N. Y. : longman Imc. P 243.
- Defleur , M.L. & Ball-Rok each , S.J.(1982) I bid. pp. 251 – 253.
- htt://www.ertu.org/radio/r_motakh.htmIp.1 of 3
- A: Joseph T. klapper, the Effects of Mass communication (G lenacoe. ill : the freespress : 1961) p.18-25.
- ABOU-KA NDIL. H,A survey of radio and television services in Egypt Cairo university and Mit., 1971, p.2.
- Alan Hancock , planning for Educational Mass media , op. cit., p.56.
- Alan Hancok, plamning for Educational Mass Media (New York : longman Im., 1977) p. 161
- Arab Republic of Egypt. the year Book 1977 (Cairo : state in formation service.N.D) p.300
- Arthur judson, HerbertHall, Rober G. " introduction to Advertising, " sixth Edition , (New York : Mc Grow. Hill Book company, Inc, 1954) p.9.
- Atkin,C.(1973) “ in strumental utilities and in formation seeking “ in peter clarke. (Ed) New models for Mass communication Research, Beverly Hills :SABE publications. P. 205.
- Becker, S.L.(1987) Discorering Mass communication 2nd Ed. Scott, foresman & company .
- Becker, S.L.(1987) I bid , p 462.

- Benton,M.&fratier.p.j.(1979) the Agenda –setting function of the Mass Media at three levels of in formational Holding communication Resear ch,3,pp 261-275.
- Blumler , J.G (1979) " the Role of the theory in uses and Grati fication studies " communication Reserch6: pp. 36
- Boy ED.D, the Development of Egypt`s " the voice of the Arabls " in Browne.O.Sherman., C. Issues in ternational Broad casting (Broad cast Education Association, 1976) p.80.
- Carragee,k., Resenblatt, M.,Michaud, G.(1987) ; Rgenda-setting Research: A Critique and the oritical Alt ernative " ins. Thomas, (ed) culyure and communication Methodology Behavior , Artifacts and institutions, Ablex publishing corpration.p.35.
- Carter , R.f. stamm, K.R. & Heintz – Knoules, k.(1992) Agenda-Setting and consequentiality , Journalis mquarterly, vol.69,No.4,pp.868-874.
- chaffea , S.H., & Roser , C.(1986) , in volvement and the consistency of knouledge , Attitudes, and Behaviors communication Reseach, 13.
- Cobb,B.W&Elder,C.D (1971) the politics of agenda Building an Altern ative for Modern Democratic the ory, Journal of politic.33.pp.392-915.
- Cohen.B.(1963) the press the fublic, and foreign policy princeton.n,j.: princeton university press.. p.13.

- Danil lomer , the passing of I raditional soceity : modenization in the Middle East, p aper back edition, (New York : the free prees of glencoe) 1964, p.64
- Demers, D.P., Graff, D., Choi, Y.H & pessin , B.M.(1989) issue obtrasiveness and the Agenda - Setting Effects of National Network News, communication Res earch, vol. 16,pp.793-812.
- Donahew, l.&Tipton,L.(1973) , " A Con ceptual Model of in formation seeking, Avoiding, & processing " in poter clarke, (ed) mew Models for Mass communication Research, Beverly – Hills: SAGE publications. Pp 243-268.
- E vere Te Denis, the Media society : E vcdonce A bout Mass Communication in A merica (Dubuque: wm.c. Brown com., 1978) P.S.
- Elihukatz & paul lazarsfald; personal in flunece: the part playad by people in the flou of Mass communication, (New Yourk, the free press,1955).
- Elihukatz; " the two – step flou of communication " in Mass communication (second edition)editted by wilbur schramm "urbana, chicago university of illienoispress : 1975, pp 364-365.
- Elliott,p.(1974) " uses and Gratification Research: Acritique and sociological Alter native., in G.Blumler and E,katy., the uses of Mass communication Beyerl Hills : sage publication.pp.77-79.

- Entman, R.M.(1991) Framin us coverage of intemational (News: contrastsin Narratives of the kaland) raneir incidents journal of communication, vol.41,no4.
- Everett Rogera & f.floyd shoemaker , " communication of innoration " second edition (New Yourk , the free press,1971) pp 218-219.
- Frank jefkins. " Advertising simple , " (london : Butler & tannerltd 1980) p.23
- Gaziano, C.(1983) the knowledge Gap: An Amalytical Reviau of Media Effects , communication Research , vol.10.
- George L.Hall, " programming and Management " in Bobertl. Hilliard , Badio Broadcating : Anintro duction to the sound Medium(N.Y.: Hastings House, publishers, 1982) p.p.144-146.
- Gerbmer, G. & Gross,L.(1976) living with Television: the violence profile, journal of commumicati 26, feb. 1976.
- Hardy cantril " the inrasion from Mars " (New York : Harper Rou; 1940,1966).
- HarHdMendelsoin " lislening to Radio " in Dextor.,white cedrs, RP.239-240.
- Henry A Ibers, principles of mangagment : Amodern apperceanch, fourth Edition (New York : John widey & sons , Inc., 1974) p.21.
- htt://www.ertu/radio/rdatabank.htmlp.1 of 8
- http://www.ertu.org/radio/main-History html.p1 of 19.
- http://www.ertu.org/radio/main-History html.p1 of 3.

- http://www.ertu.org/radio/main-History htmI.p3 of 3.
- http://www.ertu.org/radio/main-History htmI.p3 of 3.
- http://www.ertu.org/radio/r_motakh.html,page 1of 3.
- http://www.ertu.org/radio/r_motakh.html,page 1of 8
- http://www.ertu.org/radio/r_motakh.html,page 3of 3
- john Ellisor. Amodel for media presentation Baralo university , Buffalo, N.Y. 1981
- John Miller : “ cwernt affairs and document pries programming in producing for educational mass “ edit (VNESCO press, long man paris , london., 1976) p.221.
- John R,Btter , broudacting : an introduction (EngleWood cliffs, New jersy : pretice. Hall , Inc , 1980) p. 388.
- katz. E (1983) publicity pluralisic Ignorance : Notesom “ the spiral of silence “in E. wartella and D.C. whitmey (ed) Mass communication Review year book 4., Beverly Hills sage publication.p.19.
- kenneth A.long man " Aduertising , " (USA: Har court. Brace. Joranouich, Inc,1971) p.22.
- lang & lang (1966) the symbolic uses of politics urbana university of illinois press p,126.
- Marshal M cluhan & Quentice fior, the Medium the Message (New york , Batam Book , 1967) p.22.
- Marshal Mchuhan, unders tanding Media : the Extensions of Man. (New York : Mc Grow – Hill Book 1965).p.7.
- Mccombs,M.E.& shaw (1977) I bid pp 89-105 .
- Mcouail. D., and windahl.s(1983) communication Models london : langman. p.69.

- Mecombs,M.E, & shaw , D.l. (1972) the agenda – setting f unction of Mass Media public opinion Ourateriy 36.pp.176-187.
- Moor,D.W.(1987) political camp aings and the knowledge Gap Hypathsis public opinoin quarterly,51.
- Nemmo, D.1970) the poliical pfrsuaders Englewood cliffs,N.j:prentice.Hall.p.15
- Noelle – Neuman " Retincto the concept of power ful Mass Media " quated in communication the ories : origins. Methods & uses. Byw- severin & j.w. tankard (N.Y. Hasting House 1979) pp 256 – 258.
- Noelle. Neuman, Quetedin , the Media socaity : Evidence about Mass communication in America. Everette Dennis (Dubuque,) owa WMC. Brown Company pub 1978) pp8-9.
- Norman Hart . " the practice of advertising ". I bid , p.1.
- Norman hart " the practice of aduertising", fourth Edition, (oxford Butter worth.Heine man, 1td , 1995) p.introduction.
- olien, C.N., Donhue, C.A., & Tichenor. p.j.(1978) community structure and journalism quarterly, p.55
- patterson, T.& Mcclure, B.(1976) the unseeing Euy N.y,:G.p,putnams.
- paul f. lazarsfeld, Bernard Berelson & H. Gauder, the peoples, choice : the roers Makesuphis Mind in presidential campaign. (New Yourk: Duell, Sloan, 7 pearce, 1944).
- Raleigh Gaimes (1975) & cit. p. 16.
- Raleigh Gaimes, Modern Radio programing (USA : TAB Book , 1975)

- Rederick p. Hartal., public communication , op.. cit., p, 118.
- Redrickp. Hartetal., public communcation (New York : harper Row publishers , 1975) p.134.
- Richard Aspinall , (1977) op.cit, p.26.
- Richard Aspinall. Radio programme production (paris : VNES Co, printed in france , 1977) p.p 61-62.
- Roberts, M.S.(1992) " predicting Noting Behavior the agenda-stting tradition, journalsim quarterly, vol 69 , No.4, pp. 878-891.
- Rogers,E.M.&Dearing , J.W.(1988)" Agenda-setting Research: where hasitbeen, where is it going ?" communication year book , vol.11, New bury park ca : SAGE pub lications, pp.555-594.
- Rosengren, K.E(74) " uses and Gnatification : Aparadigm Ouy lined " in Blumler J.Gand katz E(ed) the uses of Mass communication., Beverly Hill : sage publication.pp.269-286.
- severin & Tankard , op. cit. p. 249.
- Shau, D.l.& Martin, S.E. (1992) the furction of Mass Media A genda setting Jourdis m O uarterly. vol. 69, No.4 , pp.902-920.
- Shaw, D.l.&Martin,s.E(1992) : I bid, pp 903 – 921.
- signorielli, N.p. Morgan, M.(1990) caltivation Analy sis New Direction in Media Effects presearch , california: SAGE publictions, Inc.p 9.
- sing morielli, N.& Morgan , M.(1990) I bid, p.p 22-46
- Tamborini, R.Zillman. D.& Bryant, J.(1984) " fearand rictimization : Exposure to Television and perception of

Grime and fear in " R. N Bostrom. (ed) communication year Book 8 Benerly. Hills, calif ornia , SPGep ublications., pp.492-513

- Terry D.peigh, and others, the use of Radio social Development (USA : Medio Monogrgph. No.5, the university of chicago , 1979) p.10.
- Tichenor,p.,Donohue,G.,olien,.c.(1970) " Mass Media flow and Differencial Growth in knowladge " public of inoin ouarterly.34.
- unesco, inlerg overnmental confernce for co- operation on activities needs and prgrams for communication development the final report (paris : uns, 1980) p.9
- We are , D.H.(1992) " the Bridging function communication and the agenda- setting " Journalism quarterly " vol. 69, no. 4, pp.856-867.
- william Hawes, "producing and Directing " in Robert1. Hilliard. Radio Broadcasling : Anintroduction to the sound Medium (N.Y: Hasting house publishers, 1982) p.218.
- William wells, John Burnett Burnett, sander mariarty " Advertising principles & practice" (USA : prentice Hall, Inc, 1998) p.13.
- Wimmer , R.D., & Dominek, J.R. (1987) Mass Media Research Amintroduction, 2nd Ed., Belmont, california: Wadusworth publishing company.